

2010

Guía de Mercado

PAISES BAJOS

Documento especial para PROMO



Guía del Mercado

PAÍSES BAJOS

Información general



Los Países Bajos están situados en el noroeste de Europa y limitan con el Mar del Norte por el norte y oeste, con Bélgica por el sur y con Alemania por el este.

La capital es Ámsterdam, pero la sede de gobierno y la ubicación de ministerios y embajadas se encuentran en La Haya.

El territorio de Países Bajos mide 41,526 km². La zona de los Países Bajos es una de las zonas de mayor densidad poblacional en el mundo. La población de Los Países Bajos en el 2010 se estima en 16.8 millones de habitantes. Las ciudades con el mayor número de habitantes son Ámsterdam y Rotterdam.

El idioma oficial es el holandés. La mayoría de la población habla inglés, siendo el idioma de mayor uso en el comercio.

Desde el 1 de enero de 2002, la unidad monetaria es el euro (EUR). Las equivalencias monetarias, al 19 de julio de 2010, del euro respecto al nuevo sol PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto¹.

Cambio al 2010.07.19

1.00 EUR = 3.65932 PEN

Euro Perú Nuevos Soles

1 EUR = 3.65932 PEN

1 PEN = 0.273275 EUR

Tendencias económicas

Siendo un país con una pequeña población, los Países Bajos ostentan una gran posición económica. Es el séptimo país en cuanto a las exportaciones. Además, ocupa la quinta posición en cuanto a fuente de inversión extranjera (\$843.7 miles de millones al 31 de diciembre 2009²) y el puesto veintidós en cuanto al PBI. La economía holandesa es extremadamente abierta al comercio internacional así como a otros miembros de la Unión Europea u otras partes del mundo³.

Tras un buen desempeño económico en la década del noventa, Holanda ha atravesado en los últimos años una serie de problemas como la falta de inversiones corporativas, disminución del consumo interno, altos costos laborales y una disminución en el gasto gubernamental.

¹ Para mayor información: www.xe.com/ucc

² Fuente: Cia Factbook

³ Fuente: Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis

La tasa del crecimiento del PBI fue de 3.6% en el 2007 disminuyendo a 2.0% en el 2008 y alcanzo una recesión en el 2009 al llegar a -4.0%. Se estima para el 2010 una recuperación económica de 1.3%. Tras promediarse en 0.97% en 2009, se estima que la inflación tendrá un leve ascenso durante el 2010. La mayoría de las empresas holandesas manifiestan que la falta de competitividad es el principal obstáculo para el crecimiento. Sectores como el comercio internacional, alta tecnología y servicios son los principales pilares de la economía. En el 2009 la tasa de desempleo registró 3.5%.

Cuadro N° 1
Países Bajos: Indicadores Económicos

Indicadores económicos	2007	2008	2009	2010
Crecimiento real del PBI (precios constantes) (%)	3.6	2.0	-4.0	1.3
PBI per cápita (US\$)	46,906	52,500	48,223	48,224
Tasa de inflación (%)	1.56	2.21	0.97	1.10
Tasa de desempleo (%)	3.2	2.8	3.5	4.9

* Según estimaciones del Fondo Monetario Internacional
Fuente: FMI – World Economic Outlook Database

El sector agrícola representa el 1.6% del PBI del país. Los principales cultivos son cereales, papas, remolacha, frutas, verduras y ganado. La ganadería es un sector importante. Los servicios representan más del 74.0% del PBI y se centran ante todo en transporte, distribución, logística y banca y seguros. La actividad industrial genera cerca de un cuarto del PBI siendo los principales sectores procesamiento de alimentos y petroquímico. Aunque la producción de petróleo es baja, se ubica entre los principales productores y distribuidores de gas natural.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, de la "Facilidad de hacer negocios" (entre 181 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú como para los Países Bajos.

Ranking Doing Business (2010)
Perú y Países Bajos

Doing Business	Perú	Países Bajos
Hacer negocios	56	30
Apertura de un negocio	112	70
Manejo de permisos de construcción	116	104
Contrato de trabajadores	112	123
Registro de propiedades	28	29
Obtención de crédito	15	43
Protección de los inversores	20	109
Pago de impuestos	86	33
Comercio transfronterizo	91	13
Cumplimiento de contratos	114	30
Cierre de una empresa	99	10

Fuente: Doing Business

El Perú se encuentra ubicado en la posición cincuenta y seis en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, muy detrás de los Países Bajos; que se ubican en la posición treinta.

Por un lado, en los Países Bajos la cantidad de procedimientos (6) y duración de estos (10 días) que un nuevo empresario deberá llevar a cabo para iniciar un negocio lo ubican como un país sobre el promedio de su región. Asimismo una empresa toma cuatro días para efectuar su exportación.

Por otro lado, el Perú deberá mejorar la duración (41 días) de los procedimientos (9), que nuevos empresarios deben realizar para incursionar en el mundo de los negocios. Asimismo una empresa en el Perú toma veintitrés días en exportar.

Los Países Bajos siempre han tenido un papel importante dentro de la economía europea ya que sus puertos son un punto neurálgico donde confluyen productos de diferentes partes del mundo.

La actual crisis financiera ya se está dejando sentir en esta fuerte economía europea. Su PBI se contrajo en el 2009 y se prevé que la tasa de desempleo aumente a 4.9% en el 2010. Para evitar que la crisis afecte de manera significativa, el gobierno holandés ayudó al sector financiero con un monto de 200 mil millones de dólares mientras aún se discute otro tipo de medidas como inversiones en la infraestructura, el estancamiento de los sueldos y el aumento de la edad para entrar en pensión.

Regulaciones a las importaciones y aranceles

Al ser miembro de la Unión Europea, los Países Bajos aplica las reglas de la Unión Europea (UE) que están en vigencia en todos los países miembros. A pesar de la política de comercio exterior bastante liberal que la Unión Europea aplica, existe en los Países Bajos una serie de restricciones, especialmente en productos agropecuarios. La Política Agrícola Común (CAP) establece lo siguiente:

La aplicación de compensaciones en productos agropecuarios de exportación e importación, con el objetivo de favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE. Esto significa un cierto número de sistemas de controles y regulaciones para productos que deseen ingresar al territorio de la UE.

En lo concerniente a productos genéticamente modificados, los controles sanitarios para su ingreso al mercado europeo son muy rigurosos. Si se permite el ingreso de este tipo de productos, debe estar especificado en el envase. Por otro lado, está prohibida la importación de carne de ganado vacuno con hormonas, enfermedades como encefalopatía bovina esponjiforme, llamado comúnmente “vaca loca” restringe la importación de carne y productos cárnicos a través de medidas fitosanitarias extremas a fin de asegurar la calidad de la carne que entra y circula en territorio de la UE

Requerimientos específicos

Normas de comercialización de los productos agrícolas y de la pesca

Países Bajos, al ser miembro de la UE cuenta con normas de comercialización destinadas, principalmente, a los productos agrícolas y de la pesca que llegan al consumidor frescos.

El Reglamento (CE) N° 1234/2007 del Consejo (DO L-299 16/11/2007) crea una organización común de mercados agrícolas, con disposiciones específicas para determinados productos según diversos criterios: frescura, calibre, calidad, presentación, márgenes de tolerancia, etc.

El Reglamento (CE) n° 2406/96 del Consejo (DO L-334 23/12/1996) establece normas comunes de comercialización para determinados productos de la pesca, que pueden determinar su clasificación según diversos criterios: calidad, talla o peso, envasado, presentación y etiquetado.

Producción agrícola ecológica

En los Países Bajos existe un sistema de producción agrícola ecológica que es voluntario y tiene por objeto garantizar el respeto de los métodos establecidos en el Reglamento (CEE) nº 2092/91 del Consejo (DO L-198 22/07/1991). Las normas ecológicas permiten integrar la conservación del medio ambiente en la agricultura y fomentar una producción de calidad. El etiquetado ecológico garantiza a los consumidores el cumplimiento de dichas normas. Asimismo la producción y comercialización de productos ecológicos identificados como tales está sujeta a un procedimiento de certificación estricto, de carácter obligatorio.

Requisitos de etiquetado

Los productos que se comercialicen en los Países Bajos al igual que en el resto de la Unión Europea deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores. Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.).

La legislación existente establece normas obligatorias de etiquetado para ciertos sectores, como por ejemplo: alimentación, electrodomésticos, calzado, textiles, etc. .

Etiquetado ecológica europea

La etiqueta ecológica comunitaria, o logotipo de la flor, es la marca oficial de la Unión Europea para productos con el menor impacto ambiental en un amplio rango de productos. El objetivo es promover y ayudar a los consumidores a identificar aquellos bienes que contribuyen significativamente al mejoramiento en aspectos ambientales claves.

La participación en este programa es voluntaria. Esto significa que los productos pueden ser vendidos en el mercado de la Unión Europea sin el logotipo de la Flor y no hay regulaciones que obliguen aplicar la etiqueta ecológica.

El Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-27 30/01/2010) (CELEX 32010R0066) establece los requisitos básicos para la concesión de la etiqueta ecológica.

Los criterios en materia de etiqueta ecológica están regulados específicamente por grupos de productos (textiles, calzado, productos de limpieza, electrodomésticos, artículos de papel, etc.).

El símbolo de la flor puede utilizarse como instrumento de comercialización, a través del cual, se informa a los consumidores de que el producto posee una calidad ecológica superior a la de otros del mismo tipo.

Los fabricantes, importadores, prestadores de servicios, comerciantes o minoristas pueden solicitar la etiqueta ecológica al organismo competente del Estado miembro de comercialización del producto.

Tarifas arancelarias

En cuanto a las tarifas arancelarias, los Países Bajos también sigue las reglas de la Unión Europea. El comercio dentro del territorio de la UE está exento de las tarifas arancelarias. Sin embargo, cuando se ingresan mercaderías hacia los Países Bajos, los exportadores deben llenar una Declaración Intrastat. Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad-valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales.

Los impuestos para países no europeos son relativamente bajos aunque no en todos los sectores. Los productos manufacturados tienen una tasa promedio de 4.2%, sin embargo, los textiles y confecciones tienen tarifas altas y sistema de cuotas. Los alimentos procesados



tienen tarifas promedios de 17.3% y numerosas cuotas tarifarias también. Estas medidas se efectúan como mecanismo de protección a sus productos.

Cuadro Nº 2
Países Bajos: Aranceles

Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú	Competidores
070920	Espárragos, frescos o refrigerados	10.2%	0.0%	Tailandia (6.0%), México (3.1%), República Checa (2.3%)
080450	Mangos y frescos o secos	0.0%	0.0%	Brasil (45.9%), Francia (5.2%), Estados Unidos (4.2%)
080440	Aguacates (paltas) , frescas o secas	5.1%	0.0%	Sudáfrica (34.8%), España (10.4%), Francia (9.5%)
080610	Uvas frescas	14.4%	0.0%	Sudáfrica (30.0%), Chile (30.0%), Brasil (8.4%)
080520	Mandarinas frescos o secos	16.0%	0.0%	España (40.7%), Marruecos (13.5%), Argentina (10.6%)
281700	Óxido de zinc	5.5%	0.0%	Bélgica (21.7%), Alemania (10.4%), España (7.3%)
610510	Camisas de punto de algodón de para hombres o niños	12.0%	0.0%	China (18.9%), Alemania (17.1%), Bangladesh (13.4%)
610910	Camisetas de algodón para mujeres o niñas	12.0%	0.0%	Turquía (16.9%), Bangladesh (16.0%), Alemania(15.6%)
070810	Guisantes o arvejas frescas o refrigeradas	13.6%	0.0%	Kenya (54.3%), Guatemala (15.7%), Alemania (7.3%)
030613	Camarones, langostinos, quisquillas	12.0%	3.6%	India (26.5%), Nigeria (11.1%), Bélgica (9.7%),

Fuente: Market Access Map, Trade Map.

Por otro lado los países miembros de la Unión Europea otorgan al Perú y a los demás miembros del CAN, sin exigir reciprocidad, el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), llamado SGP Plus, el cual tiene las siguientes características:

- ✓ Se otorgó en 1971 por primera vez.
- ✓ Es régimen comercial con estímulos para que los países cumplan con determinados criterios ambientales, sociales y laborales.
- ✓ Es un instrumento político comercial no recíproco utilizado por los países desarrollados para ayudar al desarrollo a los países en desarrollo o menos adelantados.
- ✓ Buscar aumentar las exportaciones de Perú, promoviendo su industrialización y crecimiento.
- ✓ Se encuentra consideradas 7,200 partidas arancelarias, las cuales entran sin arancel a la UE.
- ✓ Tiene como fecha de vencimiento el 31 de diciembre de 2011.

En el cuadro Nº 2 se detallan los aranceles de algunos de los principales productos importados por los Países Bajos desde el Perú y el mundo. Los aranceles aplicados a los productos representados en el cuadro son en su mayoría 0% para el Perú gracias al sistema generalizado de preferencias (SGP).

El **TLC de Perú con la Unión Europea** se terminó de negociar el pasado 28 de febrero de 2010 en Bruselas (Bélgica) y el 19 de mayo de 2010 se suscribió la formalización del cierre de las negociaciones en el marco de la VI Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de América Latina, el Caribe y la Unión Europea (ALC-UE). El TLC es un acuerdo integral que involucra aspectos laborales para evitar la explotación del ambiente. El tratado consolida también el ingreso libre para productos de exportación como espárragos, páprika y platas, entre otros. Luego de su revisión se espera que entre en funcionamiento a inicios del 2012.

Además se han firmado diversos acuerdos bilaterales y multilaterales en la Unión Europea con los siguientes países:

- Acuerdos arancelarios con Australia, Canadá, Estados Unidos, México y Corea del Sur.
- Acuerdo EU-EFTA (Asociación Europea de Libre Comercio) del 1972 con Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza.
- Acuerdos de Asociación Euro-Mediterránea con Turquía, Israel, Jordania, Marruecos, Palestina, Túnez, Egipto, Líbano y Siria.
- Acuerdos ACP (Países de África, el Caribe y el Pacífico), el 95.0% de las tarifas en países en desarrollo de África, Islas del Caribe y el Pacífico están en 0.0% El Acuerdo Cotonou firmado en el 2000 define el nuevo Acuerdo de Colaboración EU-ACP.
- El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP): el 54.0% de las tarifas en países en desarrollo no pertenecientes al marco ACP están en 0.0%.

Distribución y transporte de mercaderías

Uno de los principales recursos de los Países Bajos es la zona portuaria. Es un país con un alto nivel de poder adquisitivo cuyo mercado es muy abierto a la competencia en tanto existen pocas industrias nacionales a ser protegidas.

El mercado de distribución en los Países Bajos es comparable a otros países europeos. Su principal característica es que se encuentra dominado por grandes grupos como Ahold que controla el 42.0% del mercado de distribución de alimentos, seguido de Laurus con el 17.0%. A pesar del desarrollo de los grandes supermercados, los consumidores holandeses continúan teniendo preferencia por los supermercados pequeños y tiendas especializadas que tienen una participación considerable en el mercado de distribución holandés. En el sector no alimenticio, las marcas internacionales y holandesas coexisten y todas ellas se encuentran bien establecidas. En el sector textil, se encuentran empresas como C&A, Vender KKB y en el sector muebles Blokker es una marca nacional.

Los sectores preferidos para la inversión son aquellos que han sido recientemente liberalizados en conformidad con la legislación europea. Por lo tanto, sectores como energía, servicios postales y telecomunicaciones se encuentran entre aquellos donde se han realizado la mayoría de inversiones extranjeras.

La principal zona económica y comercial es la zona occidental del país (se ubican ciudades como Ámsterdam, Utrecht, Róterdam, y La Haya) y concentra el 75.0% de la población. La distribución es a menudo realizada a través de agentes y grandes importadores/ distribuidores. El mercado holandés es muy competitivo y el "precio" es un factor determinante para los importadores quienes a menudo demandan exclusividad en la distribución de productos de los fabricantes. Los distribuidores-importadores son muy especializados, segmentados en un gran número de nichos de mercados.

Las ferias más importantes se realizan en Ámsterdam (ROAI), Utrecht (Jaarbeus) y Maastricht (MECC).

La red de total de carreteras es de 136,827 km (incluye 2,582 km de autopistas). La capacidad de carreteras permanece algunas veces insuficiente dada la densidad del tráfico.

Róterdam es uno de los principales puertos de Europa y del mundo. El otro puerto importante es Ámsterdam. Mientras que los principales aeropuertos son Schiphol, Róterdam y Eindhoven.

Asimismo el aeropuerto de Schiphol, en cuanto a número de pasajeros y volumen de mercaderías se encuentra entre las primeras posiciones en Europa.

Tendencias del consumidor de Países Bajos

De acuerdo a las estadísticas holandesas, en 2007, el consumidor holandés se encontraba entre los más optimistas de Europa en función a la dirección como marchaba su economía nacional. En Marzo 2008, a pesar de la tormenta que produjo la desaceleración económica, el optimismo prevaleció en la mayoría de su población. Por el mes de diciembre 2008, sin embargo, con el descenso de la economía toda la confianza del consumidor desapareció y el pesimismo económico empezó a ser una actitud prevaleciente entre la vasta mayoría de consumidores holandeses.

Durante 2007, el gasto en vivienda fue la mayor categoría de consumo (€59.4 billones; 22.8% del total del gasto), seguido de transporte (€29.5 billones; 11.3%), ocio y recreación (€27.5 billones; 10.6%) y alimentación (€26.7 billones; 10.3%). En el período 1995-2007, el gasto en alimentación permaneció relativamente estable, así como el vestido y calzado (€13.4 billones en 2007; 5.2% del total) y educación (€1.4 billones; 0.5%). En contraste, se presentaron significativos incrementos en el consumo de otras categorías de consumo.

El gasto en vivienda se incremento bruscamente (de €41.8 billones en 1995 a €59.4 billones en 2007, una variación de 42.1%), así como los costos de casas y rentas se incrementaron en ese período. El gasto en transporte (de €22.4 billones a €29.5 billones, un incremento de 31.7%), los precios de la gasolina y los costos del transporte público subieron, mientras que el número de personas que viajan todos los días a su trabajo subió.

Cuadro Nº 3: Gasto del consumidor de Países Bajos 2000-2015
(Millones de euros)

Rubro	1995	2000	2005	2007	2010	2015
Alimentos y bebidas sin alcohol	25,459.7	27,079.3	26,890.7	26,686.2	26,745.0	28,221.0
Bebidas alcohólicas y tabaco	6,524.9	6,966.5	7,562.5	7,667.6	7,644.9	7,877.1
Vestimenta y calzado	12,619.3	14,713.9	13,705.5	13,436.2	12,995.4	12,962.2
Vivienda	41,786.5	49,421.5	56,272.8	59,391.4	62,753.3	72,510.2
Art. del hogar y servicios	13,811.4	17,845.6	15,805.5	15,412.1	15,229.1	15,837.5
Art. salud y servicios médicos	8,073.3	10,289.0	13,443.8	14,318.8	15,158.9	17,526.9
Transporte	22,400.0	27,883.7	28,782.3	29,507.4	30,118.9	33,027.7
Comunicaciones	4,344.6	9,418.6	11,471.5	12,204.6	13,164.8	15,368.2
Ocio y recreación	21,646.3	28,564.4	27,482.1	27,492.5	27,701.1	29,859.7
Educación	1,253.1	1,367.4	1,372.4	1,375.7	1,384.8	1,454.4
Hoteles y catering	11,017.9	13,564.4	12,925.6	12,785.3	12,593.3	12,856.6
Otros productos y servicios	26,430.7	35,830.1	38,034.5	40,032.5	41,721.2	47,166.4
TOTAL	195,367.7	242,944.4	253,749.2	260,310.3	267,210.7	294,667.9

Fuente: Euromonitor

Relaciones bilaterales Perú – Países Bajos

En el 2009, las inversiones holandesas registradas en el Perú ascendieron a un total de US\$ 1,403.7⁴ millones siendo el cuarto mayor inversionista durante ese año. Los Países Bajos se caracterizaron desde los años sesenta por la cooperación técnica con nuestro país. Estas políticas fueron modificadas recientemente impulsando el crecimiento económico del Perú promoviendo la inversión y el desarrollo de negocios privados entre Perú y Holanda.

Es importante mencionar al CBI⁵ (Centro para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo) que busca contribuir al desarrollo económico de países en desarrollo seleccionados a través de la provisión de asistencia en marketing de exportaciones y gerencia a las pequeñas y medianas empresas y organismos de apoyo de negocios con el propósito de incrementar sus exportaciones a Europa. A fin de cumplir con su misión el CBI se concentra en cinco competencias claves:

- ✓ Conocimiento de mercado.
- ✓ Mejoramiento de la producción y producto.
- ✓ Control de calidad.
- ✓ Marketing de exportación y gerencia.
- ✓ Ingreso a mercado.

Por otro lado, el Perú cuenta con una Embajada en la ciudad de La Haya y un Consulado General en la ciudad de Ámsterdam. En el siguiente enlace encontrará información consular relacionada a la política, cooperación, turismo y cultura: <http://www.consuladoperuamsterdam.com/>.

Comercio Exterior Países Bajos - Mundo

Los Países Bajos, partidario de libre comercio, es miembro de foros internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). La economía holandesa es extremadamente abierta al comercio internacional así como a otros miembros de la Unión Europea u otras partes del mundo. No existen barreras de inversiones y comerciales significativas existentes en el país.

Los tres principales países destino de las exportaciones de los Países Bajos son Alemania (22.4%), Bélgica (11.9%) y Francia (8.9%). Los commodities mayoritariamente exportados son maquinarias y equipo, productos químicos, combustibles y alimentos. Los tres principales países proveedores son Alemania (15.7%), China (11.6%) y Bélgica (8.6%). Los commodities importados son equipos de transporte, químicos, combustible, alimentos y vestido.

Cuadro N° 4
Intercambio Comercial Países Bajos - Mundo
(Valores en millones de US\$)

Comercio Exterior	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	405,805.7	463,999.6	551,789.4	638,503.1	498,859.1
Importaciones	363,191.5	417,213.1	493,401.0	581,495.3	445,856.1
Balanza Comercial	42,614.2	46,786.5	58,388.4	57,007.8	53,003.0
Intercambio Comercial	768,997.2	881,212.6	1,045,190.4	1,219,998.3	944,715.2

Fuente: World Trade Atlas

Las compras efectuadas desde el Perú generaron que ocupara la posición 68^o en el ranking de países proveedores de los Países Bajos y cerca del 0.09% de participación.

⁴ Fuente: Proinversion

⁵ Fuente: www.cbi.nl

Cuadro Nº 5
Países Bajos: Ranking de productos importados
(Valores en millones de US\$)

RK	HS	Descripción				% Participación			% Cambio
			2007	2008	2009	2007	2008	2009	09/08
		Mundo	493,401.0	581,495.3	445,856.1	100	100	100	-23.33
1	27	Combustibles minerales, aceites minerales	83,211.7	114,132.1	73,866.5	16.9	19.6	16.6	-35.3
2	84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos	75,967.0	82,184.8	64,238.8	15.4	14.1	14.4	-21.8
3	85	Máquinas, aparatos y material eléctrico	59,246.4	63,804.4	53,446.1	12.0	11.0	12.0	-16.2
4	30	Productos farmacéuticos	16,070.4	25,114.4	27,180.0	3.3	4.3	6.1	8.2
5	87	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos	27,790.5	30,563.2	19,385.1	5.6	5.3	4.4	-36.6
6	90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía	16,220.1	18,345.0	17,295.5	3.3	3.2	3.9	-5.7
7	29	Productos químicos orgánicos	17,124.8	19,305.4	13,971.6	3.5	3.3	3.1	-27.6
8	39	Plástico y sus manufacturas	13,277.6	14,460.0	11,342.5	2.7	2.5	2.5	-21.6
9	72	Fundición, hierro y acero	16,023.2	18,401.4	9,415.4	3.3	3.2	2.1	-48.8
10	95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte	5,861.2	7,924.7	7,438.8	1.2	1.4	1.7	-6.1
11	73	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	7,824.4	9,224.5	6,811.1	1.6	1.6	1.5	-26.2
12	48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa	6,780.9	7,315.7	6,038.2	1.4	1.3	1.4	-17.5
13	38	Productos diversos de las industrias químicas	4,936.1	6,779.2	5,696.7	1.0	1.2	1.3	-16.0
14	76	Aluminio y sus manufacturas	9,267.2	9,406.4	5,538.7	1.9	1.6	1.2	-41.1
15	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios	4,844.6	5,869.7	5,130.1	1.0	1.0	1.2	-12.6
16	94	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos	5,656.9	6,233.4	5,051.1	1.2	1.1	1.1	-19.0

17	62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir	4,874.3	5,342.1	4,815.9	1.0	0.9	1.1	-9.9
18	61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir	4,199.5	4,757.2	4,557.3	0.9	0.8	1.0	-4.2
19	02	Carne y despojos comestibles	3,715.1	4,511.4	4,144.6	0.8	0.8	0.9	-8.1
20	23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias	3,071.5	4,446.4	3,819.9	0.6	0.8	0.9	-14.1
21	40	Caucho y sus manufacturas	4,497.3	4,794.3	3,698.7	0.9	0.8	0.8	-22.9
22	22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	3,640.8	4,086.2	3,683.8	0.7	0.7	0.8	-9.9
23	12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos	2,961.9	4,826.1	3,618.7	0.6	0.8	0.8	-25.0
24	18	Cacao y sus preparaciones	2,578.5	3,275.6	3,586.5	0.5	0.6	0.8	9.5
25	28	Productos químicos inorgánicos	5,054.7	5,244.1	3,528.0	1.0	0.9	0.8	-32.7

Fuente: World Trade Atlas

Intercambio comercial Perú – Países Bajos

El intercambio comercial Perú y Países Bajos en el 2009 alcanzó los US\$ 582.9 millones, mostrando un descenso de 35.7% con respecto al año anterior.

En el 2009 la balanza comercial Perú – Países Bajos mostró un superávit a favor del Perú que alcanzó una cifra de US\$ 443.5 millones representando así un descenso de 35.4% al saldo registrado en 2008.

En 2009, las exportaciones peruanas a los Países Bajos alcanzaron la cifra de de US\$ 513.2 millones, lo cual representa un descenso de 35.6% en comparación con el año anterior, en donde se obtuvo US\$ 797.4 millones.

El 43.1% de las exportaciones peruanas se concentran en el sector tradicional, principalmente en el sector minero, en donde destacan las exportaciones de molibdeno, estaño y cobre.

Mientras que el sector no tradicional representa el 56.9% de las exportaciones peruanas. Los principales sectores de este rubro constituyeron: agropecuario (US\$ 229.4 millones), químico (US\$ 38.8 millones), sidero-metalúrgico (US\$ 9.3 millones) y textil (US\$ 5.9 millones).

En el año 2009, destacó de manera significativa los envíos del sector agropecuario al ascender a US\$ 229.4 millones frente a los US\$ 194.5 millones (año 2008). Cabe señalar que en dicho sector, los principales productos exportados fueron los espárragos frescos, mangos frescos o secos, paltas y los plátanos tipo cavendish valery.

Con respecto al año anterior el sector químico tuvo un crecimiento de US\$ 30.9 a US\$ 38.8 millones destacando los siguientes productos: alcohol etílico y el óxido de zinc.

Las exportaciones del sector metal mecánico registraron un crecimiento de 42.4% al obtener montos por US\$ 2.7 millones.

Cuadro N° 6
Intercambio Comercial Perú – Países Bajos
(Valores en millones de US\$)

Comercio Exterior	2005	2006	2007	2008	2009
Exportaciones	558.9	745.1	668.5	797.4	513.2
Importaciones	63.9	68.5	79.5	109.3	69.7
Balanza Comercial	495.0	676.6	589.1	688.0	443.5
Intercambio Comercial	622.8	813.7	748.0	906.7	582.9

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

Cuadro N° 7
Perú: Exportaciones por sectores económicos no tradicionales
(Cifras en millones de US\$)

SECTOR	2008	2009	Var.% 09/08
Tradicional	528.6	221.0	-58.2
Miñeros	476.8	188.0	-60.6
Cobre	146.1	33.1	-77.3
Plata	1.0	0.0	-100.0
Estaño	205.7	105.2	-48.9
Rsto	124.0	49.7	-59.9
Pesquero	8.9	6.1	-31.3
Harina de Pescado	1.4	3.5	150.6
Aceite de Pescado	7.5	2.6	-65.6
Petróleo y Derivados	34.8	19.6	-43.8
Agrícolas	8.1	7.3	-9.4
Café	8.1	7.3	-9.7
Rsto	0.0	0.0	0.0
No Tradicional	268.7	292.2	8.7
Agropecuario	194.5	229.4	17.9
Textil	12.6	5.9	-53.0
Pesquero	4.7	5.0	5.3
Químico	30.9	38.8	25.8
Metal - Mecánico	1.9	2.7	42.4
Sidero - Metalúrgico	22.0	9.3	-57.8
Minería no metálica	0.4	0.2	-44.0
Maderas y papeles	1.0	0.6	-40.8
Pieles y cueros	0.6	0.2	-66.9
Varios(Joyería) , otros	0.2	0.2	-26.6
TOTAL	797.4	513.2	-35.6

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

A nivel de partidas se exportaron un total de 575 partidas arancelarias, lo que reflejó un descenso de 86 partidas respecto al año anterior. Cabe resaltar que 41 partidas superaron el millón de dólares.

Cuadro N° 8
Perú: Ranking de productos exportados a Países Bajos (2009)
(Valores en millones de US\$)

RK	Partida	Descripción	2008	2009	Var. (%)
1	2613900000	Los demás minerales de molibdeno	122.7	49.3	-59.8
2	8001100000	Estaño sin alear	205.7	47.0	-77.2
3	709200000	Espárragos frescos	34.9	39.9	14.4
4	804502000	Mangos y mangostanes	25.0	37.9	51.5
5	7403110000	Cátodos y secciones de cátodos	146.1	33.1	-77.3
6	804400000	Aguacates (paltas)	32.5	32.2	-0.9
7	2207100000	Alcohol etílico sin desnaturalizar	11.1	27.6	148.4
8	803001200	Bananas o plátanos frescos tipo «cavendish valery»	19.2	27.4	42.6
9	806100000	Uvas frescas	11.8	22.0	86.9
10	2710191510	Aceites medios destinado a las empresas de aviación	34.8	19.6	-43.8
11	2009801200	Jugo de «maracuyá» (parchita)	5.8	12.5	115.8
12	901119000	Los demás café sin tostar sin descafeinar	8.1	7.3	-9.7
13	2817001000	Oxido de cinc (blanco o flor de cinc)	12.2	6.0	-50.7
14	805202000	Tangelo	6.1	5.8	-4.9
15	1209999000	Los demás semillas o frutos para siembra	1.5	5.7	277.1
Resto			119.8	79.4	-33.7
TOTAL			797.3	452.8	-43.2

Fuente: SUNAT: Elaboración PROMPERU

Comunicación Intercultural

En tiempos de globalización la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entendimiento del comportamiento de los otros así como su forma de pensar.

Tomarse el tiempo para conocer algo sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

Los holandeses dan una gran importancia a la diferenciación jerárquica. Trabajadores y administradores pertenecen a dos grupos diferentes. Para mantener una reunión con un grupo de holandeses, consideremos su enfoque formal, con órdenes del día fijos y las intervenciones de los participantes.

No intentemos impresionarlos haciendo alarde de nuestros conocimientos y experiencia, puesto que despertaremos su desconfianza. Y sobre todo si en una reunión hemos de hacer un comentario, hagámoslo de forma abierta y en voz alta.

Los holandeses son amables e informales en la utilización de los tratamientos, haciendo servir muy a menudo el nombre de pila. En un primer contacto es recomendable utilizar "Mijnheer" (señor) o "Mevrouw" (señora) con el apellido, hasta el momento en que ellos nos tuteen y nos llamen por nuestro nombre de pila.

A la hora de vestir son más informales que franceses y alemanes. Prefieren una vestimenta cómoda e informal para ir al trabajo.

Podemos definirlos como personas honestas, abiertas, trabajadoras y muy puntuales.

Oportunidades Comerciales

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina).

Para aplicar la metodología de la CEPAL se halló la tasa de crecimiento y la participación promedias estandarizadas de las importaciones de los Países Bajos (del periodo comprendido entre los años 2005 y 2009). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Para este mercado los sectores agrícolas e industria alimentaria son considerados como estrella, mientras que el de confecciones y pesca pecuaria se encuentran en la zona de estancados.

En la siguiente tabla se encuentran los 20 productos potenciales como resultado del análisis, el sector al que pertenecen y su clasificación.

Cuadro N° 9
Productos potenciales para el mercado de los Países Bajos

Partida	Descripción	Sector	Clasificación
090121	Café tostado sin Descafeinar	Agrícola	Estrella
080440	Aguacates (Paltas)	Agrícola	Estrella
081010	Fresas (Frutillas)	Agrícola	Prometedor
070920	Espárragos	Agrícola	Prometedor
071022	Judías (Porotos, Alubias, Frijoles, Fréjoles)	Agrícola	Prometedor
080240	Castañas	Agrícola	Prometedor
090412	Primienta triturada o pulverizada	Agrícola	Prometedor
180100	Cacao En Grano, Entero O Partido, Crudo O Tostado	Industrias Alimentaria	Estrella
180400	Manteca, Grasa Y Aceite De Cacao	Industrias Alimentaria	Estrella
200980	Jugos De Cualquier Otra Fruta O Fruto, U Hortaliza	Industrias Alimentaria	Estrella
160520	Camarones, Langostinos Y Demás Decápodos Natantia	Industrias Alimentaria	Prometedor
200560	Espárragos	Industrias Alimentaria	Prometedor
200880	Fresas (Frutillas)	Industrias Alimentaria	Prometedor
611020	Suéteres de algodón	Confecciones	Estrella
620520	Camisas para hombres o niños de algodón	Confecciones	Estrella
620630	Camisas para mujeres o niñas de algodón	Confecciones	Estrella
620442	Vestidos de algodón	Confecciones	Prometedor
030729	Las demás conchas de abanico	Pesca	Prometedor
030371	Sardinias	Pesca	Prometedor
030264	Caballas	Pesca	Prometedor

Contáctos

- Oficina Central de Estadísticas <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/home/default.htm>
- Agencia holandesa para el Comercio Exterior y Cooperación <http://www.hollandtrade.com/vko/home.asp>
- Ministerio Holandés de Relaciones Exteriores <http://www.minbuza.nl/en/home>
- Instituto Holandés para el Análisis de Políticas Económicas <http://www.cpb.nl/eng/>

Fuentes

- The Federation of International Trade Associations
Website: <http://fita.org/countries/nl.html>
- Cia – The World Factbook
Website: <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>
- Centre of Intercultural Competente
<http://www.cicb.net/Espanol/espanol.html>
- Revista Economía y Negocios
<http://www.economiaynegocios.cl/>