

Oportunidades Comerciales en Bélgica

Expositor

Eduardo Castillo, Consejero
Comercial del Perú en Bruselas

Agosto 2007

DATOS BASICOS SOBRE BELGICA

- Nombre oficial: Reino de Bélgica
- Superficie: 30,528 Km².
- Ubicación: Noroeste de Europa. Limita con el Mar del Norte, Holanda, Alemania, Luxemburgo y Francia
- Capital: Bruselas (1.2 millones de hab.)
- Población: 10'400,000 (2004)
- Tipo de Gobierno: Monarquía constitucional. Estado Federal

DATOS BASICOS SOBRE BELGICA

(2)

- Composición étnica e idiomas oficiales:
 - Flamencos: 59% de la población, habla flamenco.
 - Valones: 38% de la pob. , de habla francesa.
 - Germanófonos: 1%, de habla alemana.
- Moneda: Euro (1 euro = 1.38 US\$ -03/08/07)
- Puertos: Amberes (2do puerto más importante de Europa), Gante, Brujas.

Indicadores Macroeconómicos

Indicador	2006
Población	10.4 Mill.
Producto Bruto Interno (Mill US \$)	411,986
PBI Per Capita (US\$)	39,614
Crecimiento del PBI	3.0
Tasa de inflación anual	2.3%
Desempleo	8.2%
PBI por sector – Agro 1.3%, Ind 24%, Serv. 74%	

Fuentes: FMI, The Economist Intelligence Unit, Banco Nacional de Bélgica

Economía Belga

- Economía moderna y desarrollada. En los últimos 27 años ha crecido moderada pero sostenidamente, entre 0.7 y 2.6%. El pronóstico para el 2007 es 2.3%.
- Tiene una población relativamente pequeña, pero su economía aprovecha fuertemente la demanda comunitaria y realiza intenso comercio con sus socios europeos (el 76,8% de sus exportaciones van a la zona Euro).
- Es un gran centro de distribución y de tránsito para otros países comunitarios.
- Ha capitalizado su situación geográfica central. Tiene una sofisticada red de transporte, y una diversificada base industrial y comercial.

Economía Belga - 2

- Agro-> 1.3% del PBI – Rol pequeño.
- Industria-> 24% del PBI. Concentrada en populosas zonas flamencas del norte. Con escasos recursos naturales, Bélgica importa amplia cantidad de materia prima y productos semi-terminados que luego procesa y re-exporta en grandes volúmenes. La mayoría de sectores industriales están representados: el químico y farmacéutico, siderurgia, textil, biotecnología, transformación de alimentos, refinación, electrónica, automóviles, fab. de maquinaria,...
- El resto de la economía es dominada por el sector servicios que representa es 75% del PBI (transporte, turismo, seguros, servicios financieros, telecomunicaciones ...)

INTERCAMBIO COMERCIAL CON EL RESTO DEL MUNDO (MILLONES US\$)*

Año	Exportación	Importación	Balance
2004	306,000	285,000	21,000
2005	323,779	307,364	16,414
2006	352,000	338,040	13,96

Fuente: Banco Mundial, FMI, Banco Nacional de Bélgica,

* 1^E : 1,20\$

BÉLGICA: PRINCIPALES IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES 2006 (CON PORCENTAJES DEL TOTAL)

EXPORTACIONES	IMPORTACIONES
Prod. Químicos (13.3%)	Prod. Químicos (12.3)
Equipo de transporte (10.9%)	Maquinaria (11.7)
Maquinaria (10.8%)	Equipo de transporte (9.7%)
Alimentos, bebidas y tabaco (7.5%)	Alimentos, bebidas y tabaco (7%)

PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE BELGICA - 2006

DE EXPORTACION	DE IMPORTACION
➤ Francia (17.0%)	➤ Países Bajos (21,1%)
➤ Alemania (19.9%)	➤ Alemania (15.9)
➤ Países Bajos (12.0%)	➤ Francia (12.8%)
➤ Gran Bretaña (8%)	➤ Gran Bretaña (7.5%)
➤ EE.UU. (4.5%)	➤ EE.UU (5.1%)
➤ EU (76.3%)	➤ Países en desarrollo (10%)

COMERCIO PERU-BELGICA

- En la UE, Bélgica es el 5to. mercado más importante para el Perú, luego de España, Holanda, Alemania, Italia y Gran Bretaña.
- El 2006, las exportaciones a Bélgica ascendieron a US\$ 511.3 millones. Importamos por US\$ 51.millones.
- El intercambio comercial total fue de US\$ 562.3 millones de dólares.
- La balanza comercial fue favorable al Perú por US\$ 460.3 millones.
- 219 empresas peruanas exportaron productos de 339 partidas arancelarias

INTERCAMBIO COMERCIAL PERU-BELGICA

2001-2005

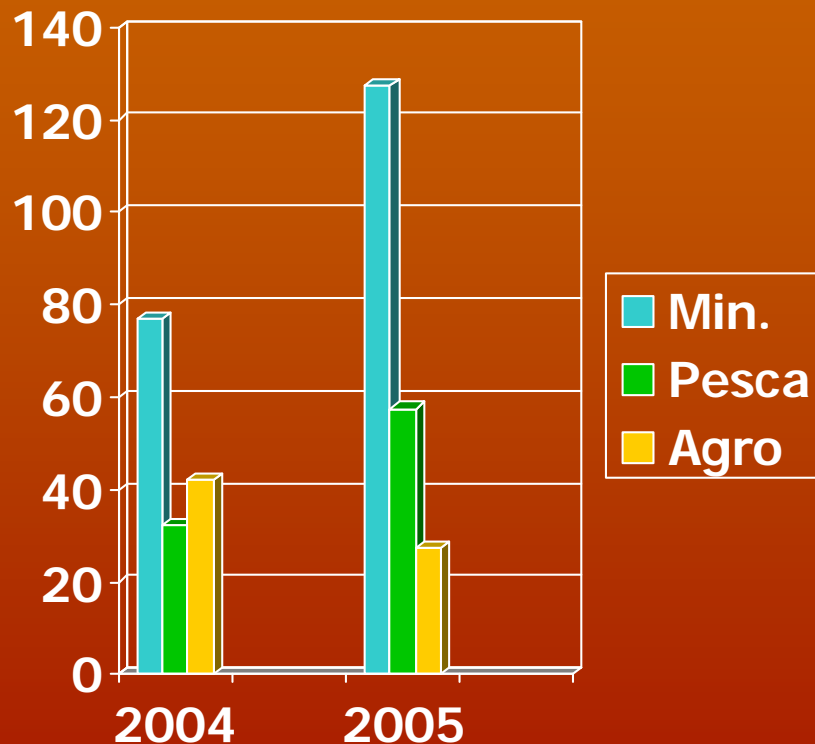
(en millones de US\$ en valor FOB)

	2002	2003	2004	2005	2006
Exp – P	103	95.8	169	227	511,3
Imp – P	46.6	49	51	59	51
Balanz a Com.	56.4	46.7	118	168.3	460.3
Interc. Com.	149.6	144.8	220	286	561.3

PRINCIPALES EXPORTACIONES PERUANAS A BELGICA: 2006

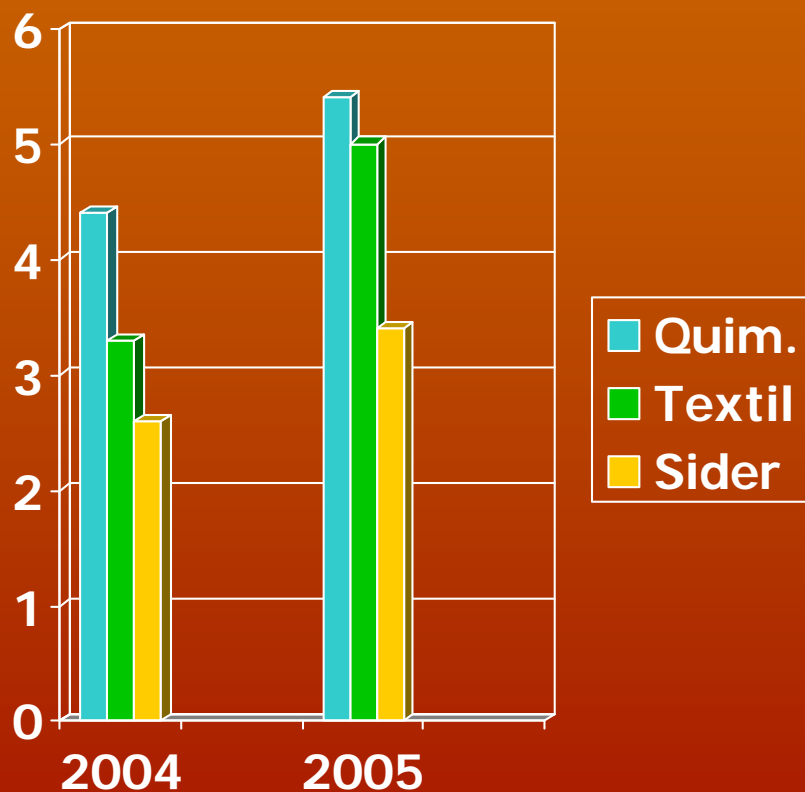
- Minerales de zinc, cobre y plomo y sus concentrados (44 empresas)
- Grasas y aceites de pescado (27 empresas)
- Café sin descafeinar -sin tostar- (20 empresas)
- Conchas de abanico (9 empresas)
- Oxido de zinc (blanco o flor de zinc) (2 empresas)
- Plátanos frescos orgánicos (tipo “cavendish valery”) (3 emp.)
- Bismuto en polvo
- Hilados de algodón peinado (3 empresas)
- Laminados planos de zinc
- Espárragos (14 empresas)
- Cacao (3), Xantófila (marigold)

PRINCIPALES SECTORES DE EXPORTACION PERUANOS (US\$ millones)



	2005	2006
Minería	127.5	357.3
Pesca T+NT	57.5	39.8
Agro T+NT	27.5	88.8

OTROS SECTORES MENORES DE EXPORTACION PERUANOS (US\$ millones)



	2005	2006
Químico	5.4	12.5
Textil T+NT	5	4.7
Sider.	3.4	5.6

PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION – POR SECTORES

- **MINERIA:** 1) Concentrados Zn, Cu y Pb. 2) Bismuto y telurio
- **PESCA:** 1) Aceite de pescado, conchas de abanico. 2) Calamares y pota, conservas de pescado, filetes y peces ornamentales
- **AGROINDUSTRIA:** 1) Café, banano orgánico, espárragos, cacao. 2) Clementinas, paltas, tara, cochinilla, mangos. 3) Frijoles, harina y capsulas de maca, cereales

PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACION – POR SECTORES

- **QUIMICO:** 1) Óxido de Zn, Xantófila (colorante de Marigold). 2) Extractos vegetales. 3) Sulfato de Cu, fungicidas
- **TEXTIL/PRENDAS:** 1) Hilados de algodón. 2) T-shirts de algodón. 3) Chales, suéteres
- **SIDERURGICO:** 1) Laminados planos de Zn, selenio en polvo 2) Bismuto en agujas, alambre de Cu, manufacturas de Zn.

POTENCIALIDAD PARA EXPANDIR LAS EXPORTACIONES PERUANAS

- **SECTOR AGROALIMENTARIO:**
- Mangos frescos, uva, palta, espárragos, palmitos en conserva, alcachofas en conserva, clementinas, cacao, tara.
- **SECTOR PESCA:**
- Conchas de abanico, filetes de pescado congelado, calamares congelados, peces ornamentales
- **OTROS SECTORES:**
- Textiles y confecciones: prendas de vestir de algodón, T-shirts, hilados y fibras
- Químicos: Lacas colorantes, químicos básicos

POTENCIALIDAD PARA EXPANDIR LAS EXPORTACIONES PERUANAS (2)

- Si su empresa desea información sobre potenciales importadores belgas de un determinado producto, puede solicitar a la Embajada una lista de estas compañías, precisando el producto en que está interesado y su partida arancelaria.
- Por ejemplo, la Embajada mantiene actualizadas listas de potenciales clientes para, entre otros:
 - Productos de pescado,
 - Frutas y Legumbres frescas y conservas.
 - Complementos Alimentarios
 - Productos textiles (fibras, tejidos, prendas de vestir)
 - Lacas colorantes,
 - Madera, etc.

INFORMACION DEL MERCADO BELGA – ANALISIS FODA (1)

FORTALEZAS

- Alto poder adquisitivo
- Alto volumen de importaciones
- Alto nivel de especialización por sectores
- Innovación tecnológica
- Fuerte rol del comercio exterior en el PBI
- Centro de distribución y transito por excelencia

OPORTUNIDADES

- Alto volumen de importaciones
- Gran demanda y especialización en productos agrícolas, químicos, pesqueros y otros.
- Gran integración de la economía belga con la de la UE
- SGP Plus
- Fortaleza del euro y depreciación cíclica del dólar norteamericano

INFORMACION DEL MERCADO BELGA – ANALISIS FODA (2)

DEBILIDADES

- Escasos recursos naturales
- Limitada demanda (reducida población)
- La economía es inusualmente dependiente de la situación del mercado europeo y mundial.
- Requerimiento de dos idiomas

AMENAZAS

- La necesidad del mejor precio-mayor calidad hace que estén dispuestos a cambiar de proveedores con rapidez.
- Fuerte competencia de otros países sudamericanos por tener mayor presencia en el mercado belga con productos semejantes a los peruanos (Brasil, México, Chile, Argentina y Colombia).
- Requiere alto nivel de especialización y competitividad a sus proveedores

EL CONSUMIDOR BELGA: LA POBLACION

- Población total: 10.4 millones de hab.
- Pob. urbana: 97%
- Crecimiento anual: 0.3%
- PEA: 4.6 millones
- Etnias principales
- Principales ciudades:

Bruselas	1 200,000
Amberes	500,000
Gante	250,000
Charleroi	207,000
Lieja	200,000
Brujas	117,000

EL CONSUMIDOR BELGA (2)

DISTRIBUCION DEL GASTO PRIVADO

Habitación	20-25%
Transporte	15-17%
Alimentación	15-17%
Entretenimiento	11-12%
Elect. & gas	5-7%
Mueb & Electro.	5-7%
Vestido	5%
Salud	2-3%
Otros	13-14%

EL CONSUMIDOR BELGA (3)

- El precio, siempre el precio
- Exigencia de alta calidad
- Consumo racional, no emotivo
- Visión utilitaria y de funcionalidad.
- Información detallada de contenido y modo de empleo de cada producto.
- Servicio de post-venta

EL CONSUMIDOR BELGA (4): Percepción de productos peruanos

- Sector de la agroindustria:
 - Excelente reconocimiento -> Espárrago (5to. Mercado mundial). Camposol, Drokasa
 - Creciente posicionamiento y reconocimiento de plátanos orgánicos (2do Mercado Mundial). Bio Costa & Corp Peruana de Desarrollo Bananero
 - 1er. Mercado mundial para el Cacao (Acopagro y Coop. Río Apurímac)
 - Creciente presencia de paltas (Camposol / CPF), y mangos.
- Sector pesquero:
 - 1er mercado mundial para el aceite de pescado
 - 2do. Mercado mundial: creciente posicionamiento/reconocimiento de las conchas de abanico.

ACCESO AL MERCADO

COMPETITIVIDAD

- Precio
- Calidad
- Volumen
- Plazo de entrega
- Normatividad
- Seriedad
- Continuidad

ACCESO AL MERCADO: IMPORTANCIA LOGISTICA (2)

- Extensa red de transporte. Vía acuática, carretera y ferrocarril.
- Puerto de Amberes: 2do puerto Europeo. 4to. A nivel mundial
- Especializado en granos, fruta, fertilizantes, bultos de carton, etc.
- Maneja aprox. 150 millones de tons. anuales de mercancía
- Longitud del puerto: 129.8 Kms.
- Brasil y Mexico lo utilizan intesamente.

ACCESO AL MERCADO: BENEFICIOS PARA EXPORTACIONES PERUANAS A EUROPA: SGP PLUS (3)

- Los productos peruanos gozan en Bélgica -y en la UE- del Sistema Generalizado de Preferencias Plus (que ha reemplazado al SGP Drogas).
- SGP-Plus -> tratamiento preferencial, no discriminatorio, no recíproco y autónomo, por el que se otorgan preferencias arancelarias a algunos países en desarrollo, como el Perú.
- Todos los productos industriales y muchos agrícolas se benefician del SGP-Plus. Los principales productos de exportación beneficiados del SGP-Plus el 2006 fueron espárragos, filetes congelados, conchas de abanico, discos de zinc, etc.

ACCESO AL MERCADO: MEDIDAS ARANCELARIAS (4)

- Como miembro de la UE, Bélgica aplica el Arancel Integrado de la UE (el TARIC) a los bienes importados de países de fuera de la UE.
- Es aconsejable verificar constantemente el status vigente de las tarifas arancelarias en el TARIC para las importaciones. Esto puede hacerse electrónicamente en:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/es/tarhome.htm

ACCESO AL MERCADO: MEDIDAS PARA-ARANCELARIAS (5)

- **NORMAS FITOSANITARIAS Y VETERINARIAS:** Información sobre control sanitario: aditivos, higiene de los productos alimenticios, etc., pueden ser hallados en: http://www.europa.eu.int/comm/food/fs/sfp/sfp_index_en.html
- **CUOTAS:** existen limitaciones cuantitativas para el ingreso de algunos productos de terceros países al mercado comunitario. Para el Perú, tienen incidencia sobre productos textiles. Sin embargo, la cuota es amplia y el nuestro país sólo hace uso de alrededor del 5.8% de su cuota.
- **ETIQUETADO Y ENVASE:** La Directiva de la 2000/13/CE contiene las disposiciones generales sobre etiquetado de productos para consumo humano. Disposiciones sobre etiquetado se pueden encontrar también en normas aplicables a productos específicos, p.e. productos hidrobiológicos, carnes, chocolate.

RECOMENDACIONES A CONSIDERAR AL EXPORTAR A BELGICA

- Bélgica es un “hub” regional de comercio en Europa Occidental. Su mercado es sofisticado, especializado y muy competitivo.
- El importador busca “la mejor calidad al mejor precio”. La competencia es fuerte. El proveedor deberá ser agresivo y debe mantener un constante y atento seguimiento al mercado si desea competir exitosamente.
- Durante el año hay un número importante de ferias y exhibiciones comerciales internacionales que cubren casi todas las categorías de negocios. Se recomienda visitarlas y/o participar en ellas.

RECOMENDACIONES A CONSIDERAR AL EXPORTAR A BELGICA (2)

- Considere las diferencias regionales. Existen profundas sensibilidades regionales entre los valones y los flamencos. Si no habla francés con los valones, o holandés con el flamenco, estará mas seguro con el inglés para ambos.
- Arribe a tiempo a las citas de trabajo, almuerzos/cenas, pues de lo contrario su contraparte belga se sentirá ofendida.
- Una cita es concertada 3 semanas antes. No es usual modificarla.
- Tanto el flamenco y el vallón tienden a ser formales y reservados en su conducta en los negocios. Use el tratamiento formal de Señor X, o señora X, pues el uso del nombre de pila está reservado para los miembros de familia o para los amigos cercanos

RECOMENDACIONES A CONSIDERAR AL EXPORTAR A BELGICA (3)

- Los belgas son “duros” deliberando. A veces, convencer a la parte belga puede ser difícil. Son usualmente conservadores cuando deciden sobre negocios.
- En reuniones, los belgas se focalizan en extremo en el tema central. Normalmente, luego del intercambio de tarjetas tratan el objetivo de la reunión. Haga preguntas en vez de dar consejos y escuche cuidadosamente sus respuestas. Normalmente los estándares de negocios de los belgas es alto y se espera que usted se conduzca al mismo nivel.
- Recuerde que el principal mercado de los belgas es el europeo. No es fácil penetrar al mercado belga, que por naturaleza está orientado a las exportaciones.

RECOMENDACIONES A CONSIDERAR AL EXPORTAR A BELGICA (4)

- El respeto de los belgas es difícil de recuperar una vez que éste se ha perdido.
- Los comerciantes belgas tienen inclinación por formarse una opinión personal por la apariencia, especialmente en el lado francés. Un terno oscuro es lo mas seguro, y para las damas los colores neutros antes que los brillantes. Una vestimenta sumamente casual puede ser interpretado como de “falta de seriedad”.

Oportunidades Comerciales en Bélgica

Expositor

Eduardo Castillo, Consejero
Económico Comercial del Perú
en Bélgica

ecastillo@embaperu.be

Agosto de 2007