



SERVICIOS
PERSONALIZADOS
ICEX

Ejemplo:

Identificación de socios comerciales para Business, S.A. en Países Bajos

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

ICEX España
Exportación
e Inversiones



Ejemplo*:

Identificación de socios comerciales para Business, S.A. en Países Bajos

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya



Este informe constituye un Servicio Personalizado, prestado por la Oficina Comercial de España en La Haya, a la empresa Business, S.A. conforme al servicio contratado con fecha XX/XX/XXXX con referencia CRM SP-XXXXXXXXXX.

Precio final de este Servicio Personalizado:
XXX,XX euros (IVA incluido)

*Los nombres de empresas y sus datos, así como las fechas de este ejemplo son ficticios.



Índice

1. Descripción del servicio	4
1.1. Necesidades del cliente	4
1.2. Criterios de selección de las empresas	4
1.3. Valoración sobre el interés suscitado en el mercado	5
1.4. Cómo utilizar este informe	5
2. Relación de contactos	7
3. Relación de empresas sin una respuesta definitiva	14
4. Recomendaciones	15



1. Descripción del servicio

1.1. Necesidades del cliente

Business, S.A. es un estudio especializado en el diseño de espacios para la gastronomía.

El estudio, compuesto por arquitectos y diseñadores, creativos y técnicos, es el autor del restaurante Xxxxx, entre otros. Sus trabajos han sido reconocidos en numerosos premios de diseño internacionales, como por ejemplo el *Restaurant and Bar Design Awards*, *The Great Indoor Award*, *Best of the Year Award*.

1.2. Criterios de selección de las empresas

Para elaborar la relación de contactos comerciales, la Oficina ha hecho uso tanto de bases de datos propias y públicas.

La elaboración del listado con los contactos comerciales se ha hecho de acuerdo con las necesidades y prioridades manifestadas por la empresa: promotores inmobiliarios, propietarios y gestores de locales destinados a hoteles, restaurantes y centros comerciales.

Los contactos comerciales que figuran en este documento se ajustan al perfil de empresas definidas por el cliente: gestores y propietarios de cadenas de hoteles, grupos gastronómicos, apartoteles, centros de coworking y centros de wellness en Países Bajos.

Para poder realizar una selección adecuada de los posibles contactos se ha solicitado al cliente información sobre su trayectoria en Países Bajos y su canal habitual de búsqueda para nuevos proyectos. El cliente ha facilitado una relación de proyectos realizados en este país y una relación de ejemplos internacionales interesantes para sus proyectos.

Inicialmente, se seleccionaron 130 posibles perfiles de los cuales se contactó a 114 empresas. Siete contactos neerlandeses se mostraron interesadas en recibir información sobre los servicios del cliente.



1.3. Valoración sobre el interés suscitado en el mercado

La Ofecome ha enviado un correo electrónico en neerlandés a los 113 perfiles seleccionados.

El correo, redactado en neerlandés, incluía la presentación corporativa en inglés sobre los servicios y trayectoria del cliente.

La respuesta a nuestra comunicación ha sido muy limitada por algunos de los siguientes motivos:

- El estudio no tiene una amplia trayectoria en Países Bajos, por lo que es desconocido para la mayoría de los contactos.
- Los promotores inmobiliarios no son prescriptores por lo que no están abiertos a recibir información.
- Los propietarios de los hoteles, restaurantes, grupos de restauración rechazan recibir información si no tienen proyectos en fase de proyección.
- Muchos hoteles neerlandeses pertenecen a grandes cadenas internacionales.
- Los espacios de co-working pertenecen a grandes grupos internacionales.
- La existencia de estudios de interiorismo locales con experiencia internacional. En este sentido, cabe destacar el despacho [The Entrourage Group](#).

1.4. Cómo utilizar este informe

Este informe no garantiza la posible relación comercial entre la empresa Business, S.A. este informe y las empresas que muestran interés.

Le recomendamos inicialmente mandar un correo electrónico a la persona de. El socio potencial quiere, en primer lugar, estudiar información específica y hacerse él mismo una idea del valor de un posible nuevo proveedor.

Seguimiento telefónico

Dado el grado de madurez del mercado neerlandés en cuanto a ofertas de empresas similares a la suya, es recomendable hacer un seguimiento telefónico de los envíos de información que se realice. Sería aconsejable llamar a los destinatarios para preguntar si han recibido correctamente la documentación enviada (catálogos, listados de precios, condiciones diversas, etc..) y si están interesados en recibir más información, así como si tienen alguna duda o estarían abiertos a una colaboración.

Es importante tener presente que, aunque las empresas hayan sido contactadas por la Oficina Comercial y hayan mostrado interés en recibir información sobre la empresa española, esto no garantiza en ningún caso que los contactos vayan a responder a los correos electrónicos enviados



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Países Bajos

por el exportador español. En este sentido, el interés final dependerá tanto de la presentación realizada por la empresa como de la oferta concreta de que se trate.



2. Relación de contactos

Empresa	EMPRESA 1
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, (CEO)
Dirección	Dirección 1
Teléfono / Fax	+00-(0) 00-0000000
Móvil	+00-(0) 00-0000000
Correo-e	contacto1@empresa1.nl
WEB	www.empresa1.nl
Perfil de la empresa	<p>Empresa especializada en la inversión, proyección y desarrollo de proyectos comerciales, residenciales y oficinas de diseño en Países Bajos.</p> <p>Una de sus principales líneas de trabajo es la reconversión de edificios en espacios urbanos interesantes.</p> <p>Sus proyectos en el sector de la restauración son urbanos y creativos. Actualmente, tienen un porfolio valorado en 300 millones de euros. En enlace proyectos encontrará información sobre los proyectos realizados.</p> <p>En enero de este año anunciaron la compra del edificio de oficinas Green House de Rotterdam (4.500 m²) para su posterior transformación en vivienda para el sector privado.</p>
Observaciones de interés	<p>En un correo con fecha XX/XX/XXXX nos confirma su interés por recibir información por parte del cliente.</p> <p>En dicho correo de contestación ha puesto en copia a: _____</p> <ul style="list-style-type: none">- Xxx, Director Development (Xxxx@empresa1.nl)- Xxxxx, Director Investment Management (Xxxxx@empresa.nl) <p>Por este motivo recomendamos al cliente añadir al Sr. Xxx y al Sr. Xxxxx en sus comunicaciones con el Sr. Xxxx.</p>



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Países Bajos

Empresa	EMPRESA 2
Contacto (Nombre, cargo)	Contacto 1, Brand Manager
Móvil	+00-(0) 00-0000000
Correo-e	contacto1@empresa2.com
WEB	www.empresa2.com
Perfil de la empresa	<p>Xxxx es un reputado chef y empresario activo tanto en Bélgica como en Países Bajos.</p> <p>Actualmente, es propietario de los siguientes restaurantes:</p> <ul style="list-style-type: none">- Xxxxxx (2 estrellas Michelin) en Amberes: www.restaurante1.com- Xxxx (2 estrellas Michelin) en Amberes: www.restaurante2.nl- Xxxxxxx (1 estrella Michelin) en Países Bajos: www.restaurante3.com- Xxxxx en Países Bajos: www.restaurante4.com <p>Asimismo, ha creado la fórmula Xxxxxx, patatas fritas de diseño: www.Xxxxxx.com/en. Actualmente, esta fórmula cuenta con 3 locales en Bélgica y 3 en Países Bajos.</p> <p>Xxxx lleva a cabo proyectos de colaboración con distintas empresas. Su último proyecto ha sido la edición del libro de cocina "Xxxxxx".</p>
Observaciones de interés	<p>El día XX/XX/XXXX enviamos un correo a la atención de Xxxx, Managing Director de la empresa. El día XX/XX/XXXX nos contesta el Sr. Xxxx haciendo referencia al correo enviado.</p> <p>En su correo de contestación el Sr. Xxxx nos indica que conoce y valora el trabajo del cliente. Añade que los conoce de hace tiempo, que sigue su trayectoria en Instagram y que conoce algunos de sus proyectos de cerca.</p> <p>A pesar de que en estos momentos no tienen ningún proyecto a la vista, les gustaría entrar en contacto con el cliente para posibles colaboraciones en el futuro.</p> <p>En su correo de respuesta ha puesto en copia a:</p> <p style="text-align: center;">Xxxx, Xxxx@empresa1.com Xxxxx, Xxxxx@empresa1.com asistente personal del Sr: Xxxx</p> <p>Por este motivo recomendamos al cliente incluir al Sr. Xxxx y a la Sra. Xxxx en sus comunicaciones con el Sr. Xxxx.</p>

(y 4 empresas más)



3. Relación de empresas sin una respuesta definitiva

Empresa	Comentarios
EMPRESA LOCAL 1 https://empresalocal1.nl	Promotores de hoteles personalizados. Colaboran con equipos de arquitectos e interioristas externos. Han construido hoteles en Países Bajos, Alemania, Finlandia y Polonia bajo marcas distintas.
EMPRESA LOCAL 2 https://www.empresalocal2.nl/en/	Promotores de hoteles personalizados. Colaboran con equipos de arquitectos e interioristas externos. Han construido hoteles en Países Bajos, Alemania, Finlandia y Polonia bajo marcas distintas.
EMPRESA LOCAL 3 www.empresalocal3.com	Empresa familiar especializada en explotar distintas fórmulas en el mundo de la hostelería y la restauración. Una de sus fórmulas es OneMeeting.com (1.500 centros y espacios para reuniones y congresos).
EMPRESA LOCAL 4 www.empresalocal4.nl	Promotora y gestora de edificios comerciales y de oficinas de alto standing en el Benelux.
EMPRESA LOCAL 5 https://local5.nl	Promotora y gestora de edificios comerciales y de oficinas de alto standing en el Benelux.



4. Recomendaciones

Entorno empresarial

Los holandeses son negociadores muy profesionales y muy duros. Suelen hablar varios idiomas, dominan las técnicas del comercio exterior y son expertos en logística internacional. La economía holandesa ha estado desde siempre orientada hacia el exterior, debido a su situación geográfica estratégica, la reducida dimensión del mercado interno y la relativa escasez de materias primas y recursos naturales.

Es un mercado altamente desarrollado, exigente y maduro. La competencia es muy dura. Tanto los distribuidores como los consumidores son muy minuciosos y exigentes en sus decisiones de compra. Son compradores muy racionales y poco impulsivos, pero abiertos a las novedades. Están acostumbrados a recibir continuas ofertas de nuevos productos.

El holandés es muy pragmático. Si muestra interés por su producto, es muy probable que realmente quiera llegar a algún acuerdo. Puede estar seguro de que, si el holandés no está interesado en su producto, se lo va a decir directa y contundentemente. Su actitud puede parecer en ocasiones falta de cortesía, pero para el holandés se trata sencillamente una manera de transmitir un mensaje claro y de ahorrar tiempo.

El estilo de vida holandés suele ser sencillo, poco dado a la ostentación. No se suele valorar a la gente por signos externos.

Preparando la negociación

No se demore en establecer contacto con las empresas holandesas que aparecen en el servicio personalizado. Nuestra Oficina ya ha realizado una primera toma de contacto con ellas y no es conveniente que olviden de dónde proviene la información. Realice su primera comunicación por correo electrónico. Un buen correo de presentación debe ser personalizado, breve y contener datos sobre la empresa y sobre los productos que ofrece. Adjunte la dirección de su página web en inglés y su catálogo en inglés.

Confirme telefónicamente con las empresas que han recibido su correo. El horario de trabajo en Países Bajos es de 08.30 a 17.00. No se debe llamar después de las 17.00 horas. El mejor horario para las llamadas es entre 9.30 y 16.00 h.



En caso de llegar a cerrar una cita en sus oficinas, conviene fijarla con varias semanas de antelación, ya que los ejecutivos holandeses viajan mucho y tienen sus agendas muy cargadas. Confirme siempre la dirección exacta.

La puntualidad es esencial. Incluso, es mejor llegar unos minutos antes. Si se llega tarde se transmite una sensación de incompetencia. Si va a demorarse más de cinco minutos, es recomendable llamar para avisar.

En los gestos hay que ser comedido. Al margen del apretón de manos firme y breve al saludar, no hay ningún otro contacto físico. Hay que evitar gestos familiares como la palmada en la espalda.

El intercambio de tarjetas de visita se produce al inicio de la reunión, una vez sentados en la mesa. Las tarjetas permanecen encima de la mesa. Es recomendable que una de sus caras esté en inglés.

No se pierde mucho tiempo en conversaciones preliminares. Enseguida se entra en materia, sin detenerse demasiado en detalles superfluos o personales. Por ello las negociaciones suelen ser bastante ágiles y rápidas.

Las negociaciones deben estar organizadas y bien planificadas. Es importante ajustarse a lo programado. La improvisación está mal vista. Las reuniones empiezan y terminan a la hora prevista. En cada reunión solamente se discuten los asuntos que se han acordado en la agenda establecida con anterioridad.

Los catálogos y material escrito deberán ser lo más informativos posibles y redactados en inglés. Se debe cuidar al máximo la redacción y ortografía. Una empresa que no cuida sus catálogos y su lenguaje en la comunicación es considerada como poco seria. No es necesario hacer catálogos costosos. Claridad en el contenido y la forma son más importantes.

Estrategias básicas de negociación

Es importante crear un clima de confianza y credibilidad. Los holandeses buscan las relaciones a largo plazo. Si tiene que exponer información sobre su producto o servicio, hágalo de forma breve, clara y concisa. Los detalles poco importantes o significativos es mejor ahorrárselos. En su exposición hable de forma clara y con términos sencillos.

En la negociación se analizan los precios minuciosamente. Las primeras ofertas deben estar cerca de los precios de cierre, ya que no son muy partidarios de regatear. Hay que ajustar los precios desde el principio. Se perderá credibilidad si se hacen muchas concesiones. Si las condiciones no les parecen favorables no dudarán en negociar todos aquellos puntos en los que no estén de acuerdo.



En el momento de diseñar el contrato, no son partidarios de la mentalidad impositiva, sino que valoran el diálogo y procuran que todas las partes lleguen a un acuerdo. Una vez se han tomado las decisiones pertinentes, éstas se llevan a cabo de forma rápida y eficiente.

Antes de firmar un contrato con el cliente, analice, verifique y prepare con detalle los aspectos logísticos de su negocio de exportación (posibilidades de transporte, plazos de entrega posibles, posibilidad de transporte agrupado, pallets, etc.).

No ofrezca nada que no pueda cumplir. Lo que se acuerda, se cumple. Ellos confían plenamente en lo acordado y esperan que se cumpla.

Si llegado el caso tiene que modificar algunos de los puntos pactados (para evitar incumplimientos) es muy importante que se lo haga saber con antelación, para que procedan, si se da el caso, a renegociar el acuerdo o alguno de los puntos de este.

Al ser un mercado en el que la mayoría de los distribuidores e importadores se conocen, las posibles omisiones y/o fallos en la comunicación o en el negocio serán rápidamente conocidos en el mercado en su conjunto.

En las primeras operaciones con un nuevo importador o representante tenga especial cuidado con los medios de pago y las garantías. Especialmente, si no tiene referencias de su cliente y se trata de una empresa pequeña.



Identificación de socios comerciales
para Business, S.A. en Países Bajos

Responsable del servicio:

Consejera Económica y Comercial

Servicio elaborado por:

Área de Servicios Personalizados

Contacto: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya

Dirección: Burgemeester Patijnlaan 67, 2585BJ La Haya

Teléfono: +31(0)70 3643166

E-mail: lahaya@comercio.mineco.es

Para más **información** sobre Países Bajos:

<http://paiseshajos.oficinascomerciales.es/>

Twitter: @ICEXPaisesBajos

La **Oficina Económica y Comercial de España** en La Haya dispone de un amplio catálogo de Servicios Personalizados entre los que destacamos:

- ✓ Selección de potenciales socios comerciales
- ✓ Elaboración de estudios de mercado a la medida
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Cesión de espacios en las Oficinas Económicas y Comerciales
- ✓ Diseño y organización de acciones de marketing y promoción comercial
- ✓ Acompañamiento de personal de la Oficina Comercial
- ✓ Atracción de inversiones a España
- ✓ Invitaciones a España de compradores y prescriptores
- ✓ Informes comerciales de compañías extranjeras
- ✓ Comparativas de precios en puntos de venta

Si desea conocer todos los programas y servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

(+34) 913 497 000(

(Lunes a Jueves 9 a 17h / Viernes de 9 a 15h)

Información@icex.es



T. (+34) 913 497 100 | www.icex.es