

Gran distribución alimentaria en Países Bajos

A. CIFRAS CLAVE

España se posiciona como octavo país destinatario de las exportaciones de productos neerlandeses en 2024¹ mientras que Países Bajos se sitúa en el noveno puesto entre los principales destinos de las exportaciones españolas². Países Bajos es un centro de importación y reexportación en Europa, con un ecosistema comercial fuerte. En los últimos años, el sector de la gran distribución de alimentos en el país ha mantenido un crecimiento constante, alcanzando ingresos de 50.651 MEUR³ en 2024⁴. El mercado neerlandés se distingue por su diversidad cultural y la amplia gama de productos disponibles. En cuanto al comercio alimentario, las tendencias actuales muestran una creciente demanda de productos orgánicos, frescos y con envases sostenibles. Además, los consumidores neerlandeses valoran las certificaciones de calidad y sostenibilidad, en particular las respaldadas por la Unión Europea.



Descripción	
Facturación del sector de gran distribución alimentaria en Países Bajos en MEUR ³ (2024) ⁴	50.651
Tasa de crecimiento anual compuesta proyectada para la facturación del sector estudiado en Países Bajos entre 2025 y 2030 (en porcentaje) ⁴	3,77
Exportaciones de España a Países Bajos de alimentos en 2024 (miles de millones de EUR) ²	2,95
Tasa de crecimiento de las exportaciones de España a Países Bajos de alimentos en 2024 (en porcentaje) ²	2,44
Exportaciones de España a Países Bajos de bebidas en 2024 (MEUR) ²	2,97
Tasa de crecimiento de las exportaciones de España a Países Bajos de bebidas en 2024 (en porcentaje) ²	7,13
Porcentaje de ventas de alimentos en Países Bajos que se realizan en supermercados (2022) ⁴	74,61

¹ CBS: <https://www.cbs.nl/en-gb/figures/detail/85427ENG>

² Estacom: <https://estacom-est.icex.es/estacom/desglose.html#>

³ Tipo de cambio: 1 EUR = 1,09 USD (20/03/2025).

⁴ Statista: <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/netherlands>

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La distribución de alimentos en Países Bajos se divide en dos categorías principales: la distribución física, que incluye supermercados y mayoristas, y la distribución no física o en línea, representada por el comercio electrónico (*e-commerce*).

Entre las principales cadenas de supermercados destaca **Albert Heijn** (AH), que en 2024 registró una cuota de mercado del 37,7 %⁵. Es conocida por su amplia variedad de productos de alta calidad, incluyendo comida preparada y paquetes para cocinar platos típicos. Además, ofrece servicios digitales como una aplicación móvil para consultar ofertas y escáneres para agilizar las compras. A pesar de ser una de las opciones más caras, cuenta con una marca blanca asequible y descuentos especiales para clientes con la *bonuskaart*. Su red de tiendas incluye formatos más pequeños, como AH to go, y supermercados más grandes, como AH XL. Su principal competidor es **Jumbo**, que en 2024 alcanzó una cuota de mercado del 20,3 %⁵. Esta cadena se caracteriza por precios más bajos y promociones especiales. También ofrece diferentes formatos, como Jumbo City y Jumbo Foodmarkt Koornneef.

Otras opciones en el mercado incluyen **Lidl** y **Aldi**, supermercados alemanes conocidos por sus precios bajos y marcas blancas. Además, existen otras cadenas como Plus, Dirk, Spar y Vomar, así como supermercados turcos y asiáticos (*tokos*). En los últimos años, los supermercados *online*, como **Picnic** (2015)⁶ y **Crisp** (2018)⁷, han ganado popularidad al permitir a los consumidores hacer sus compras a través de aplicaciones móviles y portales web y recibir los pedidos en casa⁸. Picnic se sitúa como una opción con productos similares a un supermercado tradicional mientras que Crisp ofrece productos frescos y colabora con productores locales.

Por otro lado, como principales características del mercado neerlandés, los supermercados del país cuentan con un sistema de retorno de envases (*stategiegeld*), que permite a los consumidores recibir un reembolso por la devolución de botellas y latas. Además, es común el uso de cajas de autocobro, aunque no todos los establecimientos aceptan tarjetas de crédito, prefiriendo pagos con tarjeta de débito o en efectivo. También ofrecen programas de fidelización, con descuentos y acumulación de puntos canjeables⁹.

En cuanto a las tendencias de consumo, los neerlandeses prefieren cada vez más productos de marca blanca, así como opciones sostenibles, saludables y asequibles. Sin embargo, a pesar del crecimiento del comercio digital, las compras en línea siguen representando una pequeña parte del mercado (7,6 % en 2024⁴). Por último, el aumento de los precios desde 2019⁴ ha llevado a los consumidores a visitar varios supermercados en busca de ofertas y mejores precios.

B.2. Tamaño del mercado

El sector de la gran distribución alimentaria en Países Bajos ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, alcanzando unos ingresos de 55.210 MUSD en 2024⁴. Según las proyecciones, se espera que en 2025 los ingresos aumenten a 57.350 MUSD⁴, reflejando una tendencia alcista en el consumo, que se espera que crezca un 3,77 % anualmente⁴. Este crecimiento sostenido se ve impulsado por diversos factores, incluyendo cambios en los hábitos de consumo y el aumento de las ventas *online*.

El gráfico siguiente muestra la evolución de los ingresos en el sector de 2018 a 2028, destacando el incremento progresivo año a año. Se observa que categorías como los productos lácteos y huevos, la carne y los productos de panadería y cereales tienen una presencia importante, mientras que otros segmentos como los aceites y grasas o los productos para untar tienen una participación menor. La tasa de crecimiento anual compuesta proyectada del 3,77 % entre 2025 y 2030 sugiere que el mercado continuará expandiéndose de manera estable⁴.

⁵ FMCG OPLEIDINGEN: <https://www.fmcgopleidingen.nl/inzichten/marktaandeelen-supermarkt-nielseniig/>

⁶ Picnic: <https://picnic.app/nl/>

⁷ Crisp: <https://crisp.nl/>

⁸ Valencia Fruits: <https://valenciafruits.com/gran-distribucion-alimentaria-paises-bajos>

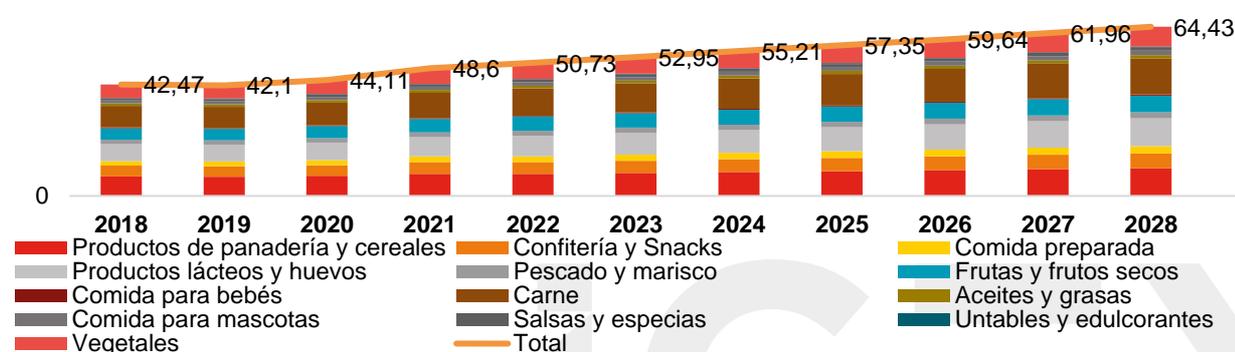
⁹ Holanda: <https://holandia.es/blog/supermercados-en-holanda/>

Otro aspecto relevante es el **crecimiento del comercio electrónico** dentro del sector alimentario. Se estima que, en 2025, el 8,9 % de las ventas totales provendrán de la venta *online*, lo que representa un incremento del 1,3 % respecto al año anterior⁴. Esto refleja un cambio en la preferencia de los consumidores, que optan cada vez más por la compra de alimentos a través de plataformas digitales. Por otro lado, en cuanto a volumen de consumo por persona en 2025, se proyecta en 673,67 kilogramos⁴.

INGRESOS DEL SECTOR DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS EN PAÍSES BAJOS POR TIPO DE PRODUCTO (2018-2028)

En miles de millones de USD

100



Fuente: Elaboración propia a partir de Statista⁴.

B.3. Principales actores

De los 6.200 puntos de venta del sector de la alimentación en Países Bajos, aproximadamente el 80 % son supermercados con superficies entre 500 y 1.500 m², localizados principalmente en centros urbanos y zonas residenciales⁸. El 20 % restante incluye supermercados en parques industriales, tiendas de conveniencia y grandes almacenes. La cuota de mercado de los *discounters* (Lidl y Aldi) alcanza el 16,5 %⁵, mientras que grandes cadenas internacionales como Carrefour, Auchan, Tesco o Mercadona no tienen presencia en el país⁸.

Albert Heijn es el líder del mercado con una cuota del 37,7 %⁵, seguido por Jumbo, que ha crecido en los últimos años y se mantiene en segunda posición con un 20,3 %⁵. Lidl y Aldi han consolidado su participación con estrategias basadas en precios bajos y ampliación de su gama de productos, alcanzando un 11,1 % y un 5,4 % de cuota de mercado, respectivamente⁵. Superunie, una cooperativa de compras para 10 cadenas de supermercados, entre ellos Spar y PLUS, cuenta con más de 1.500 tiendas y destaca por la fidelización de clientes locales, y alcanza una cuota de mercado del 25,5 %⁵. En cuanto a supermercados especializados, Ekoplaza y Marqt lideran el segmento ecológico, mientras que Amazing Oriental y Tanger Markt atienden la demanda de productos de otras zonas no europeas (asiáticos, marroquíes, turcos, halal, etc.).

El poder de negociación de las grandes cadenas es un factor clave en el sector, dado el alto volumen de compras que manejan. Los **mayoristas**, como Sligro (50 establecimientos)¹⁰, Makro (17 establecimientos)¹¹ y Hanos (21 establecimientos)¹², abastecen a supermercados independientes y negocios de restauración.

¹⁰ Sligro: <https://www.sligro.nl/vestigingen.html>

¹¹ Makro: <https://www.makro.nl/vestigingen>

¹² Hanos: <https://www.hanos.nl/en/groothandels>



Por lo que se refiere a **productos importados**, los alimentos españoles son relevantes en los supermercados neerlandeses, con una alta presencia de frutas, hortalizas, aceite de oliva, vinos y embutidos. A pesar de la competencia con la producción local, los consumidores valoran la calidad y el precio de los productos españoles⁸.

En cuanto a las principales **asociaciones del sector** en el país, destacan las siguientes:

Asociación	Descripción
Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (CBL) ¹³	Asociación de supermercados de Países Bajos.
Vakcentrum ¹⁴	Asociación de empresarios independientes del comercio minorista, principalmente tiendas de delicatessen y quesos.
Raad Nederlandse Detailhandel (RND) ¹⁵	Asociación de empresas de gran distribución de alimentos.
Ambachtelijke Versdetailhandel Nederland (AVN) ¹⁶	Asociación de empresarios independientes del sector de la fruta y verdura.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

En 2024, España se ha situado como octavo país destinatario de las exportaciones de productos neerlandeses¹ mientras que Países Bajos era el noveno destino de las exportaciones de productos españoles en el mundo, por detrás de Francia, Alemania, Italia, Portugal, Reino Unido, Estados Unidos, Marruecos y Bélgica².

El valor de las exportaciones de alimentos de España a Países Bajos (1- Agroalimentarios) en 2024 fue de 2.950 MEUR, con un aumento del 2,44 % sobre el año anterior. En cuanto a las importaciones españolas de alimentos neerlandeses, estas ascendieron a 3.820 MEUR, con un incremento del 6,03 %. Por otro lado, las exportaciones de bebidas procedentes de España a Países Bajos (2- Bebidas) alcanzaron los 2,97 MEUR en 2024, con un crecimiento del 7,13 %, mientras que las importaciones fueron de 3,11 MEUR, aumentando un 7,3 % respecto al año anterior².

España es un proveedor clave de productos alimentarios y bebidas para Países Bajos, con un claro predominio de **frutas y verduras** en sus exportaciones. Los productos más importados en 2023 incluyeron “Otros Vegetales” (303,67 MEUR³), “Otras Frutas” (206,42 MEUR³) y “Tomates” (145,87 MEUR³), lo que refleja la importancia del sector agrícola español en el mercado neerlandés¹⁷.

Más allá de los productos agrícolas, el vino español también ocupó un lugar importante en las importaciones neerlandesas en 2023 (166,06 MEUR³), lo que indica una fuerte demanda de este producto. Por otro lado, los aceites y grasas comestibles, en particular el aceite de oliva (78,89 MEUR), refuerzan la diversificación de las exportaciones españolas¹⁷.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Países Bajos destaca por la diversidad cultural y la variedad de productos que se comercializan en su territorio. En el sector alimentario, las tendencias indican una fuerte preferencia por productos orgánicos, frescos y con envases

¹³ CBL: <https://www.cbl.nl/>

¹⁴ Vakcentrum: <https://www.vakcentrum.nl/>

¹⁵ RND: <https://www.rndweb.nl/>

¹⁶ AVN: <https://avn.nu/>

¹⁷ OEC: <https://oec.world/en/profile/country/nld?yearlyTradeFlowSelector=flow1>

sostenibles. Además, los consumidores neerlandeses valoran certificaciones de calidad y sostenibilidad, especialmente las de la Unión Europea¹⁸.

Países Bajos es un centro de importación y reexportación en Europa, con un ecosistema comercial fuerte. Importa grandes volúmenes de frutas, frutos secos, aceite de palma y cacao, principalmente de países como Sudáfrica, Perú, España y Costa de Marfil. Su infraestructura logística permite que el país no sólo consuma estos productos, sino que también los redistribuya a otros países, siendo Alemania uno de sus principales destinos. La demanda por alimentos envasados y procesados sigue creciendo, con una preferencia por opciones saludables y sostenibles. Además, existe un interés creciente por productos exóticos y de alta gama, como frutas tropicales, café artesanal y especias *gourmet*¹⁹.

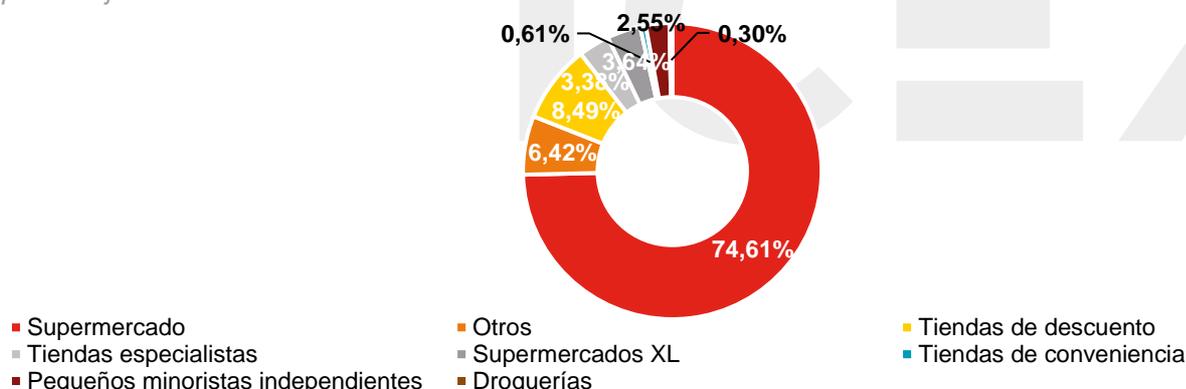
Por último, el mercado neerlandés presenta oportunidades para productos con características especiales, como aquellos con certificaciones de sostenibilidad, alto valor nutricional y producción responsable. También hay una demanda en aumento de productos de marca blanca.

D.1. Distribución

En Países Bajos, los supermercados son el principal canal de venta de alimentos, representando el 74,61 % de las ventas en 2022⁴. Además de estos, existen otros canales de distribución, como tiendas especializadas, supermercados XL, pequeños minoristas independientes, tiendas de descuento, tiendas de conveniencia y droguerías, entre otros. El siguiente gráfico presenta la distribución de ventas de cada uno de estos canales durante el año 2022:

DISTRIBUCIÓN DE VENTAS DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN POR CANAL (2022)

En porcentaje



Fuente: Elaboración propia a partir de Statista⁴.

Asimismo, destaca el crecimiento de las ventas a través de plataformas digitales que ofrecen los principales supermercados neerlandeses, impulsado principalmente por la comodidad que ofrecen las entregas a domicilio. En 2018 este canal representaba el 3,4 % del total de ventas, y ha crecido hasta alcanzar en la actualidad el 7,6 %. Se prevé que esta tendencia continúe al alza en los próximos años, estimándose que para 2029 las ventas *online* representen el 12 % del total en el sector alimentario⁴.

¹⁸ Acoext: <https://acoext.com/tendencias-de-mercado-paises-bajos>

¹⁹ Best Food Importers: <https://bestfoodimporters.com/es/blog/tendencias-de-importacion-de-alimentos-e-importadores-de-alimentos-en-los-paises-bajos-bestfoodimporters-2024-update>

D.2. Legislación aplicable y otros requisitos

En Países Bajos la venta y la manipulación de alimentos y bebidas están regulados por diversas leyes y reglamentos²⁰. El cumplimiento de los principios de higiene alimentaria (HACCP)²¹ es obligatorio para quienes trabajen con alimentos y bebidas para consumo humano o animal. Esto implica contar con un plan HACCP que analice los riesgos en la producción y establezca medidas de control, o bien seguir un código de higiene aprobado, siendo supervisado por la **Nederlandse Voedsel-en Warenautoriteit (NVWA)**.

Los productos como bebidas alcohólicas, tabaco y aceites, están sujetos al impuesto especial al consumo (*accijns*)²².

Los alimentos preenvasados deben llevar etiquetas²³ en neerlandés con información clave, como el nombre del producto, ingredientes, valor nutricional, etc. También se deben declarar los alérgenos, en especial los 14 principales de la UE, y los productos orgánicos deben estar certificados por **Skal Biocontrole**. El *Nutri-Score* puede aparecer en los productos, indicando su valor nutricional. Las fechas de consumo y caducidad deben ser claras y visibles.

La fabricación y venta de suplementos alimenticios²⁴ y preparaciones herbales deben cumplir con las normativas locales y europeas. Las preparaciones herbolarias no pueden contener sustancias tóxicas, y se permiten afirmaciones relacionadas con la salud siempre que estén respaldadas por evidencia científica. Las etiquetas deben incluir la dosis recomendada, advertencias de seguridad y la frase “suplemento alimenticio”.

La producción, el comercio y el transporte de vino²⁵ también están regulados. Además, deben informar anualmente sobre la producción y mantener registros detallados de la cosecha y tratamiento del vino durante al menos 5 años. Los vinos deben cumplir normas específicas de etiquetado, incluyendo la lista de ingredientes, la graduación alcohólica y los alérgenos.

En cuanto a la venta y servicio de alcohol²⁶, la Ley del Alcohol exige que los establecimientos obtengan una licencia y verifiquen que sus clientes tienen más de 18 años. Las tiendas pueden vender bebidas alcohólicas con menos del 15 % de alcohol sin licencia, pero los licores requieren una licencia específica. Además, se deben obtener permisos para servir alcohol en eventos o mercados, y los descuentos comerciales en alcohol están limitados al 25 %.

Por último, hay que tener en cuenta los requisitos de licencias municipales necesarias para la modificación y puesta en práctica de la actividad comercial.

D.3. Ayudas

La principales ayudas e incentivos²⁷ en el sector de la distribución de alimentos se centran en el impacto de la producción alimentaria sobre el medio ambiente y el cambio climático. La Alianza Neerlandesa para la Alimentación Sostenible reúne a varias organizaciones del sector, como la Asociación Neerlandesa de Minoristas de Alimentos y la Federación de la Industria Alimentaria Neerlandesa. En ganadería se busca algo parecido, hacerla más sostenible, lo que beneficiaría tanto al bienestar animal como al medio ambiente, con medidas como la reducción del 40 % en el consumo de diésel en las explotaciones lecheras.

La producción de carne y productos lácteos tiene una gran huella ecológica debido a las emisiones de gases de efecto invernadero y al impacto de la producción de piensos, como la harina de soja. Para reducirlo, el Gobierno está apoyando la inversión en el desarrollo de fuentes alternativas de proteínas, como insectos, microalgas, algas marinas, legumbres, setas y nueces, que pueden usarse tanto en la alimentación humana como animal.

²⁰ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulations/retail-and-wholesale/selling-food-and-beverages/>

²¹ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/applying-food-hygiene-haccp-principles/>

²² Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/excise-duty-consumption-tax/>

²³ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/labelling-food/>

²⁴ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/making-selling-food-supplements/>

²⁵ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/wine/>

²⁶ Business.gov: <https://business.gov.nl/regulation/selling-serving-alcohol/>

²⁷ Government.nl: <https://www.government.nl/topics/food/government-promotes-sustainable-food-production>

D.4. Ferias

A continuación, se detallan las principales ferias del sector alimentario que se llevan a cabo en el país:

Feria / Congreso	Descripción	Próxima edición	Lugar	Web
PLMA²⁸	Evento mundial para el encuentro de fabricantes de marcas blancas de alimentos y los supermercados. Su objetivo es fomentar la innovación, facilitar contactos comerciales y potenciar el crecimiento de estos productos.	Del 20 al 21 de mayo de 2025	RAI, Ámsterdam	https://www.plmainternational.com/
Gastvrij Rotterdam²⁹	Ofrece a los profesionales del sector de la industria alimentaria una visión detallada de las últimas tendencias e innovaciones.	Del 22 al 24 de septiembre de 2025	Ahoy, Róterdam	https://www.gastvrij-rotterdam.nl/
BBB Maastricht³⁰	Feria de hostelería que destaca por su enfoque en la hospitalidad, la experiencia y la calidad.	Del 6 al 8 de octubre de 2025	MECC, Maastricht	https://www.bbbmaastricht.nl/
Horecava 2026³¹	Para el sector de la alimentación ofrece visibilidad, <i>networking</i> y oportunidades para descubrir la oferta actual e innovaciones.	Del 12 al 15 de enero de 2026	RAI, Ámsterdam	https://www.horecava.nl/

E. INFORMACIÓN ADICIONAL

Algunas de las revistas relacionadas con el sector estudiado son las siguientes:

- *Distrifood³²*: Revista especializada en el sector de la alimentación y la distribución en Países Bajos. Ofrece noticias, análisis del mercado y tendencias sobre supermercados, marcas y estrategias comerciales.
- *Misset Horeca³³*: Plataforma neerlandesa que ofrece noticias de la actualidad, inspiración y tendencias para profesionales de la hostelería. A través de su revista y sitio web, proporciona herramientas prácticas y respuestas a preguntas empresariales, ayudando a los emprendedores a mejorar en sus negocios.
- *Retail Detail³⁴*: Destacada comunidad B2B en el Benelux que mantiene informados a los profesionales del sector *retail* a través de publicaciones, eventos y plataformas de co-creación.

²⁸ PLMA: <https://www.plmainternational.com/>

²⁹ Gastvrij Rotterdam: <https://www.gastvrij-rotterdam.nl/>

³⁰ BBB Maastricht: <https://www.bbbmaastricht.nl/>

³¹ Horecava: <https://www.horecava.nl/>

³² Distrifood: <https://www.distrifood.nl/>

³³ Misset Horeca: <https://www.missethoreca.nl/>

³⁴ Retail Detail: <https://www.retaildetail.eu/region/nederland/>

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en La Haya** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Países Bajos**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Países Bajos, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Calle Burgemeester Patijnlaan, 67
2585 BJ
La Haya – Países Bajos
Teléfono: +31 70 364 31 66 / +34 91 732 37 25
Correo electrónico: lahaya@comercio.mineco.es
<http://Paisesbajos.oficinascomerciales.es>

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

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

María Almudena Fraga Fatás

Oficina Económica y Comercial
de España en La Haya

lahaya@comercio.mineco.es

Fecha: 24/03/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

www.icex.es



FICHAS SECTOR PAÍSES BAJOS



ICEX España
Exportación
e Inversiones