

# El sector HORECA en Países Bajos

## A. CIFRAS CLAVE

En 2018, el número de restaurantes *full-service* en Países Bajos ascendió a 15.530, lo que supuso un aumento de 610 establecimientos respecto a 2017. En el mismo año, la cifra de negocio del total del sector alcanzó los 13,5 millones de euros.

En términos de volumen de negocio, el sector HORECA en general y, concretamente, el sector de la restauración no ha sufrido cambios significativos durante los últimos 5 años en los Países Bajos. Sin embargo, están apareciendo ciertas tendencias que están alterando la evolución y estructura del sector.

### DATOS GENERALES DEL PAÍS Y EL SECTOR<sup>1</sup>

<b>Población 2019 (n.º de habitantes)</b>	17.291.021
<b>Crecimiento PIB 2018 (%)</b>	2,80
<b>PIB Países Bajos 2018 (miles de millones €)</b>	764
<b>Riesgo País/Clima Negocios</b>	A1/A1
<b>Valor añadido del sector (en millones de euros)</b>	11.000
<b>Contribución del sector a la economía (% del PIB)</b>	2,00
<b>Contribución del sector al empleo (% del total de puestos de trabajo)</b>	5,00
<b>Número de restaurantes (2018)</b>	15.530
<b>Crecimiento del sector en 2018 (%)</b>	4,61

<sup>1</sup> Elaboración propia a partir de datos de CBS, ING, KHN, ABN AMRO, Statista.

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición del sector

El *foodservice* se define como el consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar. Es la distribución de platos, calientes o fríos, previamente elaborados y listos para consumir, incluyendo también bebidas alcohólicas o sin alcohol. Dentro del *foodservice*, por lo tanto, encontraríamos tanto al sector HORECA como a empresas de catering y, cada vez de forma más relevante, a supermercados, tiendas de conveniencia y empresas de servicio a domicilio.

El canal HORECA se define como el canal de distribución de alimentos y bebidas formado por hoteles, cafeterías y restaurantes (distinguiendo entre restaurantes de comida rápida o *self-service restaurants* y restaurantes tradicionales o *full-service restaurants*).

Esta ficha se centra en el análisis del canal HORECA, aunque incluirá también la información disponible sobre ciertos elementos del *foodservice*, dada la evolución del comportamiento del consumidor, la aparición de nuevos modelos de negocio y la entrada al sector de nuevos agentes.

### B.2. Tamaño del mercado

#### B.2.1 Situación actual

##### B.2.1.1 Restaurantes y cafeterías

La oferta gastronómica en Países Bajos es muy variada y homogénea por todo el país. En las principales ciudades existe una mayor concentración de restaurantes (Ámsterdam, La Haya, Rotterdam, Utrecht y Haarlem), pero el número no difiere significativamente en las zonas de menor concentración de población (Zelanda, Groninga, Limburgo, Brabante, etc.).

En esta categoría, podemos distinguir entre:

- **Restaurantes o establecimientos de comida rápida.** En 2017, en los Países Bajos existían alrededor de 10.500 establecimientos de comida rápida<sup>2</sup>, que abarcaban tanto restaurantes como heladerías y confiterías. Estos establecimientos ofrecen un menú fijo y no suelen ofrecer al cliente ningún servicio adicional, como la atención en mesa, de ahí la denominación de *self-service* o autoservicio. Más de un cuarto de estos establecimientos está compuesto por panaderías y confiterías (2.747 establecimientos), las siguen los restaurantes de comida oriental (Asia y Oriente Medio), con alrededor de 2.000 comercios, y las pizzerías y hamburgueserías de comida rápida que, en conjunto, alcanzan los 1.200 establecimientos. El resto incluye otros establecimientos de comida rápida, donde podemos encontrar, por ejemplo, a las heladerías.
- **Restaurantes tradicionales o *full-service*.** Según la oficina nacional de estadística (CBS), el número de restaurantes alcanzó los 15.530 establecimientos en 2018, 610 más que el año anterior. En los Países Bajos destaca principalmente la comida europea, que concentra más del 50% del total de establecimientos de esta categoría; otra cocina importante y que cuenta con relevante representación es la asiática (3.138 restaurantes). Entre los restaurantes de comida europea, la cocina franco-holandesa es la que tradicionalmente ha presentado mayor relevancia.
- **Cafeterías y bares.** Las cafeterías no atraviesan su mejor momento: las nuevas tendencias y el cambio en el comportamiento de los consumidores, así como la caída del consumo de alcohol, han llevado al cierre de más de más de 1.300 establecimientos en los últimos 5 años<sup>3</sup>. Por otro lado, el endurecimiento de la Ley Antitabaco holandesa en 2014 supuso una reducción considerable del número de usuarios de bares y cafeterías. En Países Bajos existen actualmente alrededor de 12.059 cafeterías y bares.

<sup>2</sup> Euromonitor International.

<sup>3</sup> Van Sponen & Partners. Horeca – advise..

### B.2.1.2. Hoteles

El número de hoteles en Países Bajos alcanzó los 3.238 establecimientos en 2018, con un total de 122.000 habitaciones. Se trata de un sector controlado principalmente por grandes cadenas, por lo que más del 90% de los hoteles holandeses cuentan con restaurante. Estos restaurantes se incluyen en la categoría *full-service restaurants*.

### B.2.1.3. Cáterin

El cáterin es el más pequeño de los segmentos del sector HORECA en Países Bajos, habiendo generado el pasado año 3.324 millones de euros, volumen de negocio similar al registrado por los establecimientos de comida rápida. Dentro del segmento, las categorías principales son:

- Cáterin para empresas: especialmente comedores de grandes edificios de oficinas o de grandes empresas. Esta categoría generó 1.630 millones de euros en 2018.
- Cáterin para escuelas: su volumen de negocio alcanzó en 2018 los 253 millones de euros.
- Cáterin para empresas de transporte: se trata de empresas de cáterin que trabajan en la preparación de menús y platos para transporte de larga distancia, como trenes, aviones o barcos. El tamaño del mercado en 2018 ascendió a los 251 millones de euros.
- Cáterin institucional: el cáterin institucional generó 1.190 millones de euros en 2018. En este segmento encontramos principalmente hospitales y empresas públicas.

### B.2.1.4 Otros segmentos del *foodservice*

En 2018 la alimentación fuera de casa alcanzó los 20.000 millones de euros<sup>4</sup>, de los cuales algo más de 10.000 millones correspondía al sector HORECA, 3.350 al cáterin y más de 6.400 millones a establecimientos de conveniencia (cáterin para *retail*, cantinas en gasolineras, servicio a domicilio y establecimientos de comida rápida, ya mencionados anteriormente).

Adquiere cada vez mayor importancia la aparición de nuevos modelos de negocio dentro del sector de *foodservice*. De los 6.400 millones de euros del segmento de conveniencia, 1.500 millones corresponden a lo facturado por el servicio a domicilio, empresas que basan su actividad en llevar la comida/bebida del restaurante al cliente. Encontramos aquí a empresas como Deliveroo (internacional) o Thuisbezorg.nl (nacional). Además, otros 1.500 millones de euros se atribuyen al cáterin para supermercados. Estos dos segmentos han crecido en los últimos años muy por encima de la media del sector. Mientras el sector HORECA y el cáterin crecieron en 2017 un 3% de media, el servicio a domicilio registró un aumento en su volumen de negocio del 23%; el crecimiento del cáterin para supermercados, por otro lado, fue del 7%<sup>5</sup>.

## B.2.2. Evolución del sector

### B.2.2.1. Oferta y demanda

El sector HORECA crece de manera sostenida en la mayoría de las categorías, con una evolución positiva y sostenida a lo largo del tiempo. Sin embargo, determinadas categorías, como las cafeterías y los bares, atraviesan un periodo de incertidumbre y cambio en los Países Bajos.

En 2017 el número de **restaurantes tradicionales**, incluyendo los del sector hotelero, aumentó en 286 establecimientos, con un crecimiento del volumen de negocio del 4,8%, alcanzando los 4.762 millones de euros facturados. Se espera que el número de establecimientos aumente un 10,7% en los próximos 5 años, con un crecimiento del volumen de negocio del 7,2%<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> FoodService Instituut.

<sup>5</sup> USDA Foreign Agricultural Service (FAS).

<sup>6</sup> Euromonitor International.



Un indicador importante para el sector de la restauración, y que corrobora su crecimiento, es la evolución del número de transacciones, que aumentó un 2,3% con respecto a 2016, mostrando la mayor disposición de los holandeses a comer/cenar fuera de casa. Este aumento de las transacciones corresponde principalmente a las cadenas de restaurantes, sobre todo de comida asiática e italiana. No obstante, en la categoría de restaurantes *full-service*, las cadenas de restauración mantienen una pequeña cuota de mercado, apenas un 5,5% de la facturación total.

Para los **restaurantes de comida rápida**, las diferencias son significativas: en 2017 había 134 establecimientos de comida rápida más que en 2016, con un aumento de la facturación en ese periodo del 4,3%. A diferencia de los restaurantes *full-service*, el *fast-food* está controlado en mayor medida por las cadenas de restauración. De los 3.324 millones de euros de facturación de los restaurantes de comida rápida en 2017, el 52% se atribuye a las cadenas, siendo propietarias estas del 24% de los establecimientos. McDonald's es el principal actor, con una cuota de mercado del 45%.

Cabe destacar, también, la presencia en el mercado de "AH To Go", los establecimientos de Albert Heijn, donde se comercializan comidas preparadas y listas para consumir, con un 2,1% de cuota de mercado de restaurantes de comida rápida, siendo el único supermercado con participación significativa en el segmento. Se observa una evolución de los supermercados hacia nuevos modelos de negocio y una mayor presencia de estos en el sector del *foodservice*.

El número de transacciones aumentó **en todos los restaurantes**, aunque de manera más destacada en el caso de los de comida rápida (421.745 transacciones en los restaurantes de comida rápida y 167.318 en los restaurantes tradicionales). El crecimiento esperado para los establecimientos de comida rápida también es mayor que para el *full-service*. En los próximos 5 años se espera contar con 570 establecimientos más y un crecimiento del volumen de negocio del 10,1%.

Como se ha indicado anteriormente, **las cafeterías y bares/pubs** son los establecimientos más afectados por las nuevas tendencias y el cambio en las preferencias de los consumidores. En 2017, el número de estos establecimientos cayó a los 12.059, 440 menos que en 2016, siendo los bares y cafeterías tradicionales los más afectados. Solo los nuevos formatos de cafetería, tipo Starbucks, mantienen un crecimiento positivo.

A pesar de la constante reducción del número de establecimientos de esta categoría, la facturación y el número de transacciones totales siguen creciendo. En 2017 se registraron 180.543 operaciones en cafeterías y bares. Aunque los bares (46.000) y cafeterías (108.000) suponen casi la totalidad de estas transacciones, los nuevos formatos de cafetería han sido los únicos que han visto aumentar sus operaciones. No ocurre lo mismo con el volumen de negocio, que sí ha experimentado aumento en la totalidad de la categoría, un 2,4% con respecto a 2016.

Las expectativas para este tipo de negocios, sin embargo, no son las mismas que para el resto del sector HORECA. Las principales cadenas como Starbucks o Bagels & Beans copan más del 50% del mercado, siendo las cadenas las que encuentran mayores facilidades para crecer. La disminución del consumo de alcohol es un importante obstáculo para el crecimiento de bares y pubs, así como la creciente preferencia de los jóvenes por quedarse en casa por la noche. Sólo los nuevos formatos de cafetería mantienen su crecimiento en el mercado, en gran medida debido a la calidad del café que se sirve en ellos, pues los holandeses siguen manteniendo una fuerte tradición de consumo de café<sup>7</sup>.

Puesto que el segmento del **cáterin** no se vio tan afectado por la crisis económica como el resto del sector HORECA, su crecimiento en los últimos 5 años ha sido más suave que en otros segmentos que se han recuperado desde niveles más bajos. El tamaño total del mercado ha pasado de 3.174 millones de euros de facturación en 2013 a 3.324 millones en 2018, si bien se espera que el crecimiento se mantenga durante los próximos años. Por otro lado, parte del segmento se ha visto beneficiado por los cambios en el comportamiento de los consumidores. El *self-service catering*, como el que ofrecen establecimientos cuya actividad principal no es la venta de comida, pero que incluyen comedores o puntos de venta propios en sus establecimientos, los pequeños puestos de venta de comida preparada que se hallan en aeropuertos, estaciones de metro, tren, bus, etc., han visto como su volumen de negocio crecía estos últimos años. Jumbo Groep, matriz de los supermercados Jumbo, compró en 2016 la cadena de

<sup>7</sup> Euromonitor International.

establecimientos de *self-service catering* La Place (con alrededor de 100 establecimientos), debido a las expectativas de crecimiento del segmento y a la oportunidad que ofrece el acceso al consumo directo.

Las ya mencionadas alternativas del *foodservice*, comienzan a ser relevantes cuando se habla de la distribución HORECA. A la importancia que ha adquirido en los últimos años el servicio a domicilio se debe sumar ahora la entrada en juego de los supermercados y comercios de *cáterin*, que están viendo cómo la importancia para los consumidores de la rapidez y la comodidad a la hora de comer suponen importantes oportunidades para su crecimiento. Como se ha comentado, el servicio “AH To Go” de los supermercados Albert Heijn ya es un actor importante en el mercado de la comida rápida. Además, Albert Heijn ha lanzado en 2019 un servicio de entrega a domicilio de comida preparada<sup>8</sup>.

### B.2.2.2 Tipología de establecimientos

La tipología de establecimientos en Países Bajos es muy extensa y variada. En cualquiera de las grandes ciudades pueden encontrarse restaurantes que ofertan todo tipo de fórmulas (*full-service*, *fast-food*, *snack-bars*, etc.) y cualquier tipo de comida. La siguiente tabla muestra datos generales de Países Bajos en cuanto a la tipología de cocina y el servicio.

NÚMERO DE RESTAURANTES POR TIPO DE COCINA Y SERVICIO <sup>9</sup>

	Tipo de cocina	N.º de establecimientos
<b>Full-service</b>	Asiática	3.138
	Europea	7.979
	Latinoamericana	329
	Oriente Medio	925
	Americana	99
	Pizzería	886
	Otras	754
<b>Fast-Food</b>	Asiática	452
	Panadería/Confitería	2.747
	Hamburguesería	302
	Pollería	348
	Conveniencia	188
	Pescado	266
	Heladería	585
	Latinoamericana	584
	Oriente Medio	1.496
	Pizzería	582
	Otras	2.890

### B.2.2.3 Apertura y cierre de establecimientos

En los últimos cinco años varios factores han influido en la evolución del sector HORECA en Países Bajos. La recuperación de la economía tras la crisis de 2008 ha llevado a un aumento del consumo doméstico, así como a la mejora de la confianza tanto de los inversores como de los consumidores. El aumento del turismo, tanto en las

<sup>8</sup> Ahold Delhaize.

<sup>9</sup> Elaboración propia a partir de datos de Euromonitor.

principales ciudades, principales receptoras del turismo internacional, como en el resto del país llevan a que el sector HORECA se encuentre actualmente en una senda de crecimiento estable y con buenas expectativas para los próximos cinco años<sup>10</sup>.

En 2017 abrieron un total de 1.854 establecimientos en el sector HORECA, 120 establecimientos más que en 2016. Con cifras del tercer trimestre de 2018, se aprecia un aumento de 200 establecimientos con respecto al mismo periodo de 2017. De igual forma, 1.336 establecimientos cerraron en 2017, aunque en 2018 (datos del tercer trimestre) fueron 200 menos que el año anterior<sup>11</sup>.

De esta forma, la ratio cierre/apertura en Países Bajos se encuentra en la línea del estándar internacional. Se estima que, en los dos primeros años, cierran 2/3 de los locales que se abren, y sólo se mantienen aquellos que llegan a una maduración que les permite continuar. Sin embargo, dado el crecimiento del sector esta ratio está decreciendo hacia el 1/3<sup>12</sup>.

### B.3. Principales actores

- Principales empresas internacionales del sector HORECA:
  - Hoteles y restaurantes full-service. Aunque esta tipología de restaurantes esta principalmente liderada por empresas holandesas, encontramos algunas cadenas internacionales importantes con posiciones relevantes en cuanto a cuota de mercado. Así, **Wagamama**, la cadena británica de restaurantes de comida asiática se establece como uno de los principales actores *full-service* en Países Bajos, con un 8,6% de la cuota de mercado. En cuanto al sector hotelero, encontramos como principales cadenas a la francesa **Accor Hotels** y a la española **NH Hoteles**.
  - Restaurantes de comida rápida. La mayor cadena de hamburgueserías del mundo lidera también el mercado holandés de la comida rápida. **McDonald's**, a pesar de no contar con servicio a domicilio, tan relevante en la actualidad holandesa, mantiene desde hace más de cinco años un porcentaje de la cuota de mercado superior a 45%.
  - Bares y cafeterías. En un segmento del mercado en decadencia, el modelo de negocio de **Starbucks** ha conseguido mantener su posición en el mercado y actualmente es el líder del segmento en términos de facturación, con un 31,3% de la cuota de mercado<sup>13</sup>.
  - Empresas de catering. La **multinacional francesa Sodexo** es la principal empresa de catering del mercado holandés. Además de catering, Sodexo aporta al sector HORECA servicios de limpieza, asesoramiento inmobiliario, gestión de establecimientos, etc. En 2017 la facturación de Sodexo alcanzó los 377 millones de euros en los Países Bajos.
- Principales empresas nacionales:
  - Hoteles y restaurantes full-service. La cadena holandesa **Van der Valk** se mantiene como líder indiscutible del segmento con un 49% de la cuota de mercado en 2017; también es la principal cadena hotelera del país habiendo facturado 658 millones de euros en 2017<sup>14</sup>.
  - Restaurantes de comida rápida. **Kwalitaria** y **Délifrance** son dos cadenas de franquicias pertenecientes al grupo holandés **FFC BV** (Fast Food Concepts BV). Mientras Kwalitaria sigue la línea de McDonald's, ofreciendo hamburguesas, patatas fritas, refrescos, etc. Delifrance se especializa en bollería y pastelería francesa. Entre las dos, el grupo FFC mantiene el 6,3% de la cuota de mercado.

<sup>10</sup> ABN AMOR.

<sup>11</sup> Statista a partir de datos de Graydon.

<sup>12</sup> Datos del tercer trimestre de 2018.

<sup>13</sup> Euromonitor International.

<sup>14</sup> Misset Horeca.



- **Bares y cafeterías.** **Bagels & Beans** es la principal cadena de cafeterías en número de establecimientos en Países Bajos, por delante de Starbucks. Sin embargo, en términos de facturación sigue perdiendo cuota con respecto a su principal competidor (Starbucks): 26,4% en 2017 frente al 27,7% de cuota en 2016.
- **Empresas de catering.** **Albron** es la mayor empresa holandesa de catering del sector, trabajando en catering para instituciones, eventos, empresas, escuelas y hospitales. Con más de 1.000 clientes y más de 5.000 empleados, Albron facturó 282 millones de euros en 2017 y se posiciona como segunda mayor empresa de catering del mercado holandés.
- Principales instituciones y organizaciones del sector:
  - **KHN (Koninklijke Horeca Nederland):** Es la asociación sectorial de HORECA en los Países Bajos. En 2019 representa a más de 20.000 empresas del sector y su actividad se centra, principalmente, en ayudar a las empresas a crear un ambiente idóneo para el desarrollo de las relaciones comerciales del sector. KHN también organiza actividades para profesionales y ofrece ventajas a sus miembros bajo forma de ayudas económicas, sobre todo, para la contratación y creación de puestos de trabajo. Además, a través de su página web ofrece información actualizada sobre la evolución y tendencias del sector.
  - **FNV Horeca:** Es la **mayor organización de trabajadores del sector en Países Bajos**. Las principales actividades de FNV son: la asistencia individual en temas legales referentes a relaciones laborales, la mejora de las condiciones laborales, el fomento de la implicación del empleado en la empresa y en el sector en su conjunto, el apoyo en la redacción de convenios colectivos y el seguimiento de su cumplimiento.
  - **CNV Horeca:** Es una organización que ofrece **apoyo e información relativa a las condiciones y situaciones laborales** en el sector HORECA. Más concretamente, CNV ofrece cursos de formación, asistencia legal y financiera y apoyo en el pago de impuestos.

CNV, KHN y De Unie se encargan de la **elaboración y actualización de los convenios colectivos** del sector HORECA en Países Bajos.

### C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España cuenta con buena reputación en el mercado holandés. La gastronomía española se encuentra presente en gran parte de las ciudades del país, aunque la mayoría de los restaurantes se concentran en las principales ciudades holandesas. Además de restaurantes de estilo español, o restaurantes denominados de comida española, el producto español está presente en gran parte de la oferta gastronómica de Países Bajos. El vino español se encuentra, por ejemplo, en la carta de numerosos restaurantes.

En Países Bajos hay, actualmente, alrededor de 150 restaurantes españoles, en diferentes fórmulas, desde restaurantes de tapas, a restaurantes con estrella Michelin que ofertan menús cerrados más elaborados. Como se ha comentado, la mayoría de estos restaurantes se encuentran ubicados en las principales ciudades holandesas: alrededor de 100 de ellos se concentran en la zona del Randstad (Ámsterdam, Rotterdam, Utrecht y La Haya).

### D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La evolución del sector HORECA en Países Bajos varía en función de la categoría de establecimientos. Por un lado, los restaurantes, tanto de comida rápida como los denominados *full-service* (incluyendo hoteles) mantienen un crecimiento sostenido, compartiendo cuotas de mercado estables que no varían significativamente año tras año. Por otro lado, las grandes cadenas lideran el mercado de la comida rápida, aunque no tienen un impacto tan relevante en la categoría de *full-service*. Además, las cafeterías y bares encuentran dificultades para mantener su relevancia en el sector, debido a las nuevas tendencias de los consumidores, y al surgimiento de nuevas fórmulas

más atractivas para la población joven como son los *snack-bars*, o las cadenas de cafeterías con conceptos como el de Starbucks.

Como ya se ha indicado, en los últimos años se han producido cambios en las preferencias del consumidor que están afectando de forma significativa al sector.

- Los holandeses empiezan a valorar en **igual medida el tiempo y el dinero**. Establecimientos de comida rápida y servicio rápido encuentran una demanda cada vez mayor sobre todo entre el público joven, aunque el segmento *full-service* mantiene su relevancia.
- La juventud holandesa no ha crecido con las **cafeterías tradicionales como punto de encuentro y de ocio** como ocurría en generaciones anteriores. Sólo los nuevos formatos de cafetería consiguen mantener buenos resultados en el mercado debido a la **calidad del café servido**. El holandés joven sigue valorando, en muchas ocasiones, la calidad del café por encima del precio.
- La **caída del consumo de alcohol**, así como la preferencia de cada vez más consumidores por quedarse en casa por las noches está provocando el cierre de muchos bares y pubs por la disminución de la demanda.
- El **servicio a domicilio** crece a tasas muy altas en Países Bajos (23% en 2018). Tanto los establecimientos que ya prestaban este servicio, como los que actualmente se benefician de las empresas que se encargan del reparto a domicilio de forma especializada, han aumentado sus ventas de forma significativa. Actualmente, las principales cadenas de supermercados holandesas están poniendo en marcha proyectos de entrega de comida caliente a domicilio. En 2018 la empresa de reparto a domicilio Deliveroo abrió sus primeras cocinas en Países Bajos, y la gran cadena de hoteles con restaurante Van der Valk comenzó a realizar repartos a domicilio a través de Thuisbezorgd.nl.
- Al igual que en el resto de Europa, la tendencia hacia el consumo de **productos más saludables** o que se produzcan con ingredientes naturales y ecológicos también crece en Países Bajos. Las fórmulas *go-healthy* (saludable) y *go-bio* (ecológico) encuentran cada vez más mercado en Países Bajos.
- El desayuno es una comida importante en los Países Bajos y cada vez más se prefiere hacerlo fuera de casa. El cambio generacional es significativo, el 20% de los *millennials* desayuna fuera de casa, frente al 11% de la denominada Generación X<sup>15</sup>.

En cuanto a las tendencias referentes a las empresas del sector<sup>16</sup>:

- **Sostenibilidad.** Si bien es cierto que el tema de la sostenibilidad está muy presente en la sociedad actual, muchas veces no se logra entender su aplicación en determinados sectores. Para el sector HORECA holandés la sostenibilidad comienza a ser una realidad más que una tendencia, al haber cada vez más restaurantes con enfoque sostenible, ya sea en su diseño, o en su oferta gastronómica, utilizando materia prima no tratada con productos químicos y productos de temporada y proximidad, por ejemplo.
- **Entretenimiento y emociones.** Existe actualmente en Países Bajos una tendencia a preferir el ocio en casa a buscarlo fuera. Es por esto por lo que muchos establecimientos están añadiendo cierto componente de entretenimiento a sus fórmulas, como espectáculos en directo, karaoke, etc. Lo más importante es que estos añadidos complementen la oferta gastronómica del local, por lo que siempre suelen acompañar a comida y bebida de buena calidad.
- **Cero alcoholes.** El holandés se preocupa cada vez más de su salud. El consumo de alcohol en los Países Bajos decrece año tras año y por ello los restaurantes comienzan a ofertar con mayor frecuencia bebidas no alcohólicas en sus cartas, como son las cervezas 0,0 o el vino sin alcohol. También se ven cada vez más locales de cócteles con mezclas que no contienen alcohol, o incluso coctelerías que no sirven ningún tipo de alcohol.
- **Bar frente a restaurante.** Con la disminución de bares y pubs y el buen desarrollo de los restaurantes *full-service*, la frontera entre bar y restaurante comienza a diluirse. Se espera que en los próximos años más

<sup>15</sup> FoodService Instituut.

<sup>16</sup> NL Magazine, Entree Awards.





restaurantes se sumen a la tendencia actual y comiencen a implementar servicio de bar, así como de forma paralela muchos más bares cuentan con menús y platos calientes en sus cartas. El concepto de “abierto todo el día” es cada vez más atractivo para el consumidor holandés.

- **Nuevas fórmulas.** Con la rápida evolución del sector HORECA y la proliferación de nuevos servicios, nuevas fórmulas de establecimiento surgen casi de forma diaria. Un ejemplo es el de los minirrestaurantes, establecimientos compuestos únicamente de una cocina, enfocados en su totalidad al reparto a domicilio, el caso de Deliveroo Editions en Ámsterdam.

En general, el sector HORECA ofrece oportunidades que van desde la comercialización de productos para el sector, hasta la apertura de establecimientos en el país. Las expectativas de crecimiento, así como los cambios en los hábitos de consumo y la evolución de los consumidores generan grandes oportunidades de negocio accesibles para cualquier empresa, y en cualquier segmento del sector.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

Las empresas del canal HORECA acceden a sus productos de **tres formas diferentes**:

- De forma directa, desde la empresa productora local o desde el exportador extranjero.
- De forma indirecta, a través de importadores holandeses.
- Acudiendo a distribuidores mayoristas locales.

Dependiendo de la tipología del establecimiento, así como de su pertenencia o no a una cadena, internacional o local, las empresas del sector optan por una alternativa u otra. En el caso de las grandes cadenas de restauración, suelen importar ciertos productos muy específicos directamente del productor o exportador extranjero, aunque en la mayoría de los casos acceden a sus productos a través de socios locales. Por otro lado, los establecimientos independientes, o cadenas pequeñas (menos de 10 locales), realizan lo esencial de su aprovisionamiento a través de distribuidores mayoristas<sup>17</sup>.

Los distribuidores e importadores locales especializados juegan un papel importante a la hora de suministrar productos frescos, principalmente carnes, pescados y marisco. A estos acuden sobre todo restaurantes y cadenas hoteleras pertenecientes a un segmento de precio alto, ya que les resulta más abordable la negociación de cantidades y plazos de entrega. En el caso contrario, encontramos el aprovisionamiento de cerveza y otras bebidas no alcohólicas, las cuales, de forma general, se demandan directamente al productor holandés<sup>18</sup>.

La distribución mayorista del sector está fuertemente concentrada, agrupando las 5 principales empresas del sector alrededor del 80% del volumen de negocio total del *food-service* en Países Bajos. Entre los principales agentes y distribuidores en el mercado holandés para el sector HORECA cabe citar los siguientes:

- **Bidfood.** Bidfood es un distribuidor *online* de productos agroalimentarios especializado en vender al sector HORECA en su totalidad, desde cafeterías hasta empresas de catering. Bidfood posee 17 centros de distribución en Países Bajos y opera con proveedores de todo el mundo. Dado que opera *online*, Bidfood distribuye directamente al establecimiento final.
- **Hanos.** Hanos es mayorista HORECA de Países Bajos, ofreciendo tanto distribución y entrega en el establecimiento, como autoservicio en sus centros. Hanos posee 18 centros de distribución, ofreciendo en 17 de ellos además de la entrega, el punto de venta. Al igual que Bidfood, Hanos actúa en la totalidad del sector HORECA, trabajando con importantes distribuidores e importadores especializados en cada una de las categorías del sector.

<sup>17</sup> USDA Foreign Agricultural Service (FAS).

<sup>18</sup> USDA Foreign Agricultural Service (FAS).

- **Sligro.** Con 50 puntos de venta y 9 centros de distribución, Sligro es el mayor distribuidor de producto HORECA del país, ofreciendo también la posibilidad de hacer pedidos *online*. Sligro se especializa en la distribución de productos frescos de alta calidad, asociándose con los principales importadores y distribuidores de carnes, pescados y verduras, hortalizas y frutas del país. Además, Sligro Food Group posee sus propios centros de producción. Sligro pertenece a la cooperativa de compras Superunie, que a su vez vende a cadenas de supermercados holandeses.
- **Makro.** El mayorista internacional Makro (perteneciente al grupo Metro) también tiene presencia en Países Bajos, con 17 puntos de venta. A diferencia de los anteriores, Makro no ofrece servicio de entrega, y posee una gama de productos que se extiende fuera del sector agroalimentario. Por otra parte, aunque Makro ofrece un catálogo de productos especializado en el sector HORECA, también da la posibilidad a particulares de acceder a productos con formato de venta al por mayor. El posicionamiento de Makro se centra, principalmente, en ofrecer una amplísima variedad de productos a precio bajo.
- **VHC.** VHC es un mayorista que distribuye tanto al sector HORECA como a otros distribuidores mayoristas. Dentro del sector HORECA, VHC se especializa en vender a empresas de catering, cadenas de restauración e instituciones públicas. VHC se compone de varios mayoristas independientes, entre los cuales destacan:
  - **VHC Jongens:** Con cobertura en el norte de Países Bajos, especializado en la distribución de alimentos frescos: carnes, pescados y verduras y hortalizas para el sector HORECA.
  - **VHC Actifood:** Especializados en pequeñas empresas, distribuyen principalmente productos congelados, aunque en los últimos años incorporaron productos frescos a su cartera.
  - **Hocras:** Hocras distribuye tanto a empresas del sector HORECA como a otros distribuidores mayoristas. En su cartera de productos incluye tanto productos agroalimentarios como bebidas, tanto alcohólicas como no alcohólicas.
  - **VHC Kreko:** Se especializa en la distribución al canal HORECA y al gran consumo, especializados en *fast-food* y distribución de vinos.

## E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

La Ley de Inversiones holandesa no establece ninguna restricción a la inversión extranjera en este sector. Sin embargo, se considera necesario que el futuro empresario conozca las particularidades del sector en términos de licencias y permisos.

La gestión de establecimientos en el sector HORECA se podrá hacer como autónomo, o bajo la propiedad de una sociedad. La empresa habrá de ser dada de alta en el Registro Mercantil (gestionado en Países Bajos por las Cámaras de Comercio), para su registro fiscal y su adhesión a la asociación interprofesional del sector HORECA. Se tendrá que tener en cuenta que:

- En el caso del sector HORECA en Países Bajos es obligatorio ser miembro de su correspondiente asociación interprofesional, por lo que se deberán pagar las correspondientes cuotas y aplicar su normativa.
- Una vez seleccionado un local para el negocio, tanto con opción a compra o alquiler, se deberá comprobar en el ayuntamiento las licencias de uso de que dispone y las que se requieren. Además, las licencias tienen carácter personal, por lo que no podrán ser cedidas en caso de cambio en la propiedad del establecimiento. En algunos casos se requieren licencias ambientales o de control de fuegos.
- El dueño de un establecimiento hostelero debe de tener presentes las regulaciones ambientales sobre ruido, energía y residuos. Normalmente no se requiere ninguna licencia especial, pero es conveniente tener dicha notificación municipal.
- Algunos municipios holandeses requieren de los empresarios que desean iniciar un establecimiento de hostelería una autorización hotelera especial de explotación.
- Para poder servir alcohol en el establecimiento es necesario disponer de una licencia especial tramitada y expedida por el ayuntamiento de la localidad donde se encuentre el establecimiento. Existen en Países

Bajos dos tipos de licencias: una que permite la venta de alcohol en el establecimiento, así como su consumo en el mismo (*horeca vergunning*) y otra que únicamente permite la venta de alcohol para su consumo fuera del local (*winkel vergunning*).

- En este sector la higiene es de suma importancia, por lo que el empresario de un establecimiento de hostelería ha de disponer de un plan HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) con el que pueda demostrar que sigue la normativa establecida a este respecto. También es obligatoria la posesión del permiso "*Sociale hygiëne*" por parte de todas las personas a las que afecte la licencia de explotación del establecimiento. Además, durante las horas de apertura del local deberá estar presente en el mismo una de las personas titulares del permiso.
- En lo referente a horarios, normalmente los establecimientos denominados "de día" en Ámsterdam pueden permanecer abiertos desde las 7:00 de la mañana hasta la 1:00 de la madrugada, y los fines de semana (viernes y sábado) hasta las 3:00 de la madrugada.

### E.3. Ferias y eventos

- **Horecava**

- Lugar: Ámsterdam
- Fechas: 13-16 de enero de 2020
- Ediciones anteriores: 71.000 visitantes y más de 700 expositores (2019)

- **Wine Professional (se celebra dentro de Horecava)**

- Lugar: Ámsterdam
- Fechas: 13-15 de enero de 2020
- Ediciones anteriores: más de 10.000 visitantes y más de 100 expositores (2019)

- **Gastrvrij Rotterdam**

- Lugar: Rotterdam
- Fechas: 23-25 de mayo de 2019
- Ediciones anteriores: 14.264 visitantes y 450 expositores (2018)

- **Folie Culinaire (se organiza dentro de BBB Maastricht)**

- Lugar: Maastricht
- Fechas: 8-10 de octubre de 2019
- Ediciones anteriores: no disponible

- **BBB Maastricht**

- Lugar: Maastricht
- Fechas: 7-9 de octubre de 2019
- Ediciones anteriores: más de 15.000 visitantes y 400 expositores (2018)

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Las principales revistas del sector HORECA en Países Bajos son:



- **Misset Horeca:** Revista tanto en formato físico como en formato digital con publicación bisemanal. La revista se apoya también en una página web (<https://www.missethoreca.nl/>) y una aplicación móvil, con publicaciones diarias. Se dirige principalmente a profesionales del sector.
- **Hap & Tap:** Al igual que *Misset Horeca*, *Hap & Tap* se publica tanto en formato físico como digital; este último se puede consultar en <http://www.hapentap.nl/magazine.html>. La periodicidad de la revista es mensual y su contenido se orienta tanto a profesionales del sector como a consumidores.
- **Entree:** Es la mayor revista del sector, disponible tanto en formato físico como digital. La revista se publica 11 veces al año y su contenido está apoyado en una página web (<https://www.entreemagazine.nl/>) con actualización diaria. *Entree* se enfoca principalmente hacia profesionales del sector, y ofrece una prueba gratuita, solo accesible para empresas neerlandesas del sector HORECA.

Anualmente, *Entree* organiza los *Entree Awards* donde se premia a empresas y establecimientos del sector que haya comenzado a operar o que hayan reacondicionado sus comercios en el último año. En el año 2018, los premios contaron con 55 nominaciones entre 14 categorías. Hoy en día son los premios más importantes del sector en los Países Bajos.

- También es importante destacar el papel del **FoodService Instituut**, que elabora estudios de mercado, estudios de tendencias y deja a disposición del usuario gran cantidad de información sobre el sector *foodservice* en su conjunto, como entrevistas a profesionales, estadísticas del mercado y actualidad sobre las empresas del sector. Para acceder a muchos de los estudios es necesaria una suscripción.



## G. 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:

Burgemeester Patijnlaan, 67  
2585 BJ Den Haag – Países Bajos  
Teléfono: 00 (31) (70) 3643166  
Email: lahaya@comercio.mineco.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**  
900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

---

**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.

**AUTOR**  
Pablo Pamies Cutillas

Oficina Económica y Comercial  
de España en La Haya  
lahaya@comercio.mineco.es  
Fecha: 18/03/2019

NIPO: 114-19-040-2

[www.icex.es](http://www.icex.es)

