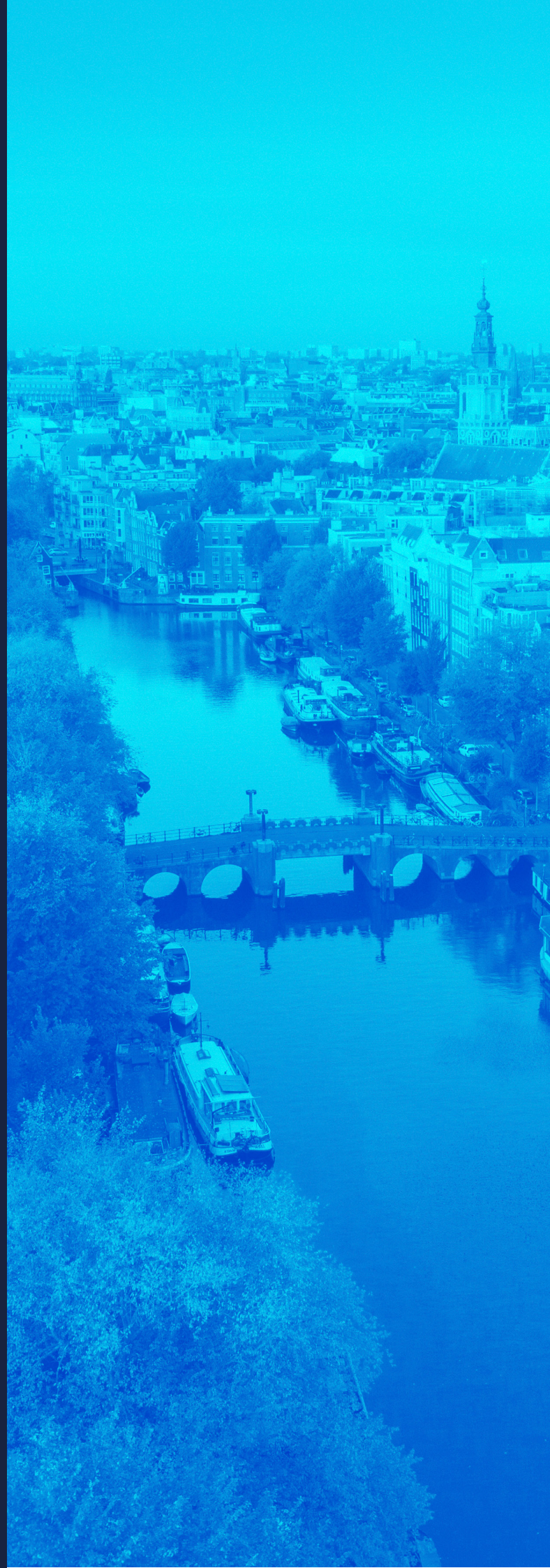


RETAIL
KNOWLEDGE

INTERNATIONAL
TRAINING
AECOC

Omnicanalidad, conveniencia, sostenibilidad y nuevas tendencias de consumo

Países Bajos,
1 y 2 de julio



¿Por qué Países Bajos?

El mercado del retail alimentario neerlandés se ha consolidado como el **laboratorio de innovación en Europa**, adelantando las dinámicas de consumo del futuro, marcadas por un estilo de vida urbano y una creciente presencia de hogares unipersonales. Estos y otros factores han impulsado un altísimo grado de digitalización, una sofisticada gestión de la conveniencia, un gran desarrollo a nivel de innovación en producto y nuevas tendencias alimenticias y una presión por la sostenibilidad como estándar no negociable.

Una inmersión en el mercado que, a través de encuentros con **altos directivos del sector**, permitirá a fabricantes y distribuidores españoles no solo comprender estas tendencias en el punto de venta, sino también obtener una visión 360º en cuanto a la adaptación de productos y estrategias de comercialización a un consumidor global cada vez más exigente, digital y consciente de su impacto ambiental.



Destaca:

Radar de nuevas tendencias de consumo y diferenciación en Europa.

Actúa como un ecosistema donde la innovación industrial y la agilidad de la distribución convergen, permitiendo entender la transición hacia productos de valor añadido y estrategias de la Marca de Fabricante (MDF) para defender su valor frente a la MDD, a partir de la especialización, el propósito de marca y la innovación constante.

Un altísimo grado de digitalización.

El mercado neerlandés se posiciona como un líder en madurez digital, donde la convergencia entre los entornos físico y online no es una meta futura, sino una realidad cotidiana que redefine por completo la experiencia del comprador, integrando desarrollos "drive to store", nuevas iniciativas de retail media dinámico y otras soluciones aplicadas a la digitalización del proceso de compra.

La sofisticada gestión de la conveniencia.

Ha impulsado la evolución del sector hacia la conveniencia extrema y un inspirador desarrollo del concepto food-to-go, logrando un equilibrio perfecto entre frescura, salud y rapidez, trascendiendo el concepto tradicional de supermercado. Esto convierte al mercado en un líder de inspiración, con retailers como Albert Heijn, Jumbo Foodmarkt o PLUS invirtiendo en kits de comida y extensos mostradores de platos preparados con diversas opciones de cocina, presentando multitud de soluciones de conveniencia y food-to-go.

La sostenibilidad.

Se ha integrado como un estándar no negociable y un pilar de rentabilidad; Países Bajos lidera la transformación hacia la economía circular, destacando en valores como la localidad, en la transición proteica y en la gestión avanzada del packaging y la reducción del desperdicio alimentario.

En definitiva, una inmersión en el mercado neerlandés que supondrá un benchmarking estratégico ineludible para fabricantes y distribuidores, en la adaptación de productos y estrategias comerciales a un consumidor global, cada vez más exigente, digital y consciente de su impacto ambiental.

Objetivos:

De la mano de expertos en el mercado de Países Bajos:

01

REALIZAREMOS

Una inmersión en el mercado alimentario neerlandés para identificar sus ejes de crecimiento y estructura de distribución, obteniendo *insights* e inspiraciones directamente aplicables a nuestro mercado.

02

ANALIZAREMOS

La convergencia entre innovación y agilidad, estudiando cómo la Marca de Fabricante desarrolla estrategias de especialización y propósito para defender su valor frente a la MDD.

03

VISITAREMOS

Los puntos de venta más disruptivos en madurez digital y retail media para experimentar la integración real *phygital* (físico + online) que redefine la experiencia de compra.

04

PROFUNDIZAREMOS

En los modelos y soluciones de conveniencia y *food-to-go*, analizando el equilibrio entre salud y rapidez que demanda el consumidor urbano y los hogares unipersonales.

05

OBSERVAREMOS

La sostenibilidad como estándar de rentabilidad, con el foco en la transición proteica, la gestión de packaging y la economía circular que marcan el estándar europeo.

Conceptos que visitaremos

ALBERT HEIJN

Parte del grupo Ahold Delhaize



Líder en el mercado holandés de gran consumo, es un referente estratégico en el sector de la distribución. Su relevancia radica en su enfoque avanzado hacia la omnicanalidad y la sostenibilidad, áreas clave para el retail moderno. La compañía ha demostrado un fuerte dinamismo a través de la expansión de formatos (como

AH XL y To Go) y la constante adaptación a las nuevas tendencias de conveniencia y alimentación saludable. A través de visitas a distintos formatos de distribución, conoceremos en detalle sus políticas comerciales e iniciativas que aportan una experiencia de cliente innovadora.

AH XL

En Gelderlandplein



Es una demostración del compromiso de Albert Heijn con un formato flagship y omnicanal que integra al máximo sus pilares de sostenibilidad y experiencia premium en un entorno de gran superficie, donde la ubicación en un centro de alto

nivel permite desplegar la mayor amplitud de surtido, servicios especializados y foodservice, consolidándolo como un destino de compra de referencia que va más allá del supermercado convencional.

AH TO GO

En la Estación Amstel



Representa la clara apuesta de la compañía por la conveniencia extrema y el dominio del food-to-go en entornos de alta frecuencia y tránsito, donde lo diferencial de esta ubicación radica en su enfoque milimétrico en la misión de compra "food-for-now"

para el viajero y el trabajador, priorizando la velocidad de compra junto con una oferta equilibrada de productos frescos y saludables de consumo inmediato.

JUMBO NETHERLANDS

La cadena de supermercados de origen familiar



Uno de los principales actores del dinámico mercado holandés, es un referente estratégico en el sector de la distribución. Su relevancia radica en su estrategia centrada en el cliente a través de las famosas "7 promesas de servicio", garantizando siempre la mejor experiencia de compra combinada con la oferta más amplia y el precio más bajo. La compañía ha demostrado un fuerte dinamismo

mediante formatos innovadores como Jumbo Foodmarkt y Jumbo City, este último enfocado en la conveniencia urbana y la velocidad. A través de visitas a sus distintos formatos de distribución, conoceremos en detalle sus políticas comerciales y su habilidad para mantener una propuesta de valor de bajo precio con alta calidad de servicio.

JUMBO FOODMARKT

En Leidschendam



Una de las recientes inauguraciones y operada por un propietario independiente en estrecha coordinación con la cadena, destaca por su espectacular puesta en escena y el despliegue del concepto foodservice. Destaca la espectacularidad de las secciones de frescos, mostradores especialistas presentados como secciones

premium y una gran oferta de platos preparados, que revolucionan la experiencia gastronómica y demuestran la habilidad de Jumbo para ofrecer una propuesta inigualable de food-to-go con su promesa de bajo precio.

PLUS SUPERMARKTEN

La cadena con fuerte arraigo local



Que ha consolidado su posición como uno de los referentes del retail alimentario holandés. Su relevancia radica en su reciente fusión con Coop, un movimiento que la ha impulsado a ser la tercera gran cadena del país, reforzando su enfoque estratégico en ser el "Súper Bueno" (Goede Supermarkt). La compañía destaca por su compromiso con la sostenibilidad, la responsabilidad social y la calidad de producto, especialmente en frescos, donde apuestan por ser un supermercado

de referencia. Visitaremos uno de sus establecimientos de reciente apertura, reflejo del carácter innovador de la enseña, a través de la cual conoceremos en detalle sus políticas comerciales y su habilidad para combinar un liderazgo cooperativo con una moderna propuesta de valor centrada en el surtido local y la frescura.

DIRK

En la primera línea del segmento de valor en Países Bajos



Encontramos a Dirk van den Broek (Dirk), el retailer neerlandés de origen familiar, que se ha consolidado como un operador low cost desafiante. Su estrategia de éxito se basa en una excelente gestión de frescos y una firme apuesta por un amplio surtido de marcas de fabricante, lo que le permite un fuerte crecimiento y ganancia de cuota,

alcanzando un rendimiento por metro cuadrado superior a la media. Esta fórmula de valor lo posiciona como una amenaza directa para competidores como Lidl y Aldi, siendo un caso estratégico de éxito que equilibra bajo precio con la calidad percibida.

LANDMARKT

Que se define como un concept store único en los Países Bajos



Es un referente estratégico que reimagina el modelo de supermercado premium. Su relevancia radica en su firme apuesta por los productos locales, artesanales y frescos, ofrecidos directamente por agricultores y productores, lo que le confiere una calidad y trazabilidad inigualables. La compañía ha demostrado un fuerte dinamismo al combinar de manera exitosa la compra

de alimentación con un restaurante de temporada, integrando así la gastronomía y poniendo un fuerte foco en la calidad y la sostenibilidad. Conoceremos en detalle su habilidad para crear una experiencia de cliente envolvente y premium que fideliza al consumidor consciente.

HOOGVLIET

Es un referente estratégico en el sector de la distribución



Consolidada especialmente en las regiones del Randstad y Utrecht. Su relevancia radica en una singular estrategia basada en el concepto de "la calidad de un especialista con precios de descuento", que le ha permitido un crecimiento sostenido. La compañía ha demostrado un fuerte dinamismo a través de una notable

integración vertical (con sus propios centros de panadería, carnicería y pescadería), asegurando una calidad excepcional en las secciones de frescos. Conoceremos este concepto y su habilidad para mantener una propuesta de valor de máxima frescura controlada y una fuerte orientación a la eficiencia.

Dirigido a

Directivos de empresas fabricantes y distribuidoras de gran consumo, interesados en conocer un mercado altamente dinámico e innovador.

Distribuidores: Dirección Comercial, Marketing, Ventas.

Fabricantes: Dirección General, Comercial, Marketing y Trade Marketing.

Expertos que nos acompañaran



Carin van Leeuwen

Commercial Advisor
Private Label Strategy Specialist
Partner at IPLC



Natalia Marcó

Desarrollo comercial Retail
Knowledge
AECOC



Rosario Pedrosa

Gerente Estrategia Comercial
y Marketing
AECOC

Programa International Training Países Bajos

30 junio

Llegada al hotel y cena libre

1 julio

Horario:

de 08:00h a 18:00h

08:30h

Punto de encuentro y salida del hotel

09:00h

Presentación de mercado en Headquarters Albert Heijn

11:00h

Inicio del plan de visitas a conceptos seleccionados.

13:00h

Comida en ruta

18:00h

Llegada al hotel

19:00h

Actividad lúdica y cena networking en Restaurant & Sky bar Madam (A'DAM Tower)

2 julio

Horario:

de 08:00h a 16:00h

08:00h

Punto de encuentro en el vestíbulo del hotel

08:10h

Inicio del plan de visitas a conceptos seleccionados

16:30h

Llegada al aeropuerto

Hotel ★★★★★

ROOM MATE AITANA. IJdok 6, 1013 MM Amsterdam, Países Bajos

Precios International Training**Precio socios**
(Plazas limitadas)**2.850€** (+21% IVA)**Precio no socios**
(Plazas limitadas)**3.603€** (+21% IVA)**El precio incluye:**

- Presentación de mercado y explicación in situ de cada uno de los conceptos
- Reuniones con directivos de los dos principales grupos de distribución; Albert Heijn y Jumbo.
- Acompañamiento de AECOC y consultor experto en el mercado de Países Bajos, durante todo el International Training
- Alojamiento y desayuno en Hotel 4*, 2 noches, del 30 de junio al 2 de julio
- Servicio de transfer durante las visitas
- Servicio de transfer al aeropuerto Amsterdam Schipol (2/7), en horario de vuelos recomendados
- Servicio de intérprete y equipos de traducción
- Comidas en ruta
- Cena networking 1 de julio
- Seguro de viaje

El precio no incluye:

- Vuelos
- Transfer de llegada el 30 de julio, del aeropuerto al hotel
- Cena libre el 30 de julio

Benefíciate de la bonificación para este International Training.

Para gestionar esta bonificación, debes ponerte en contacto con la Fundación Estatal y presentar la documentación requerida al menos 7 días antes del inicio del International Training.

Horas Lectivas: 16h**Vuelos de regreso** recomendados**Jueves 2 de julio****Amsterdam Schipol - Madrid** Air Europa Salida 19:00  Llegada 21:40**Amsterdam Schipol - Barcelona** Vueling Salida 18:35  Llegada 20:55

AECOC International Training

Más de 25 años inspirando a directivos a través de las mejores prácticas internacionales

Una experiencia única para un número limitado de profesionales, enfocada al aprendizaje, acompañados por un experto en el mercado y pensadas para optimizar las agendas de los asistentes.

No se trata solo de visitar las mejores experiencias a nivel internacional, de fotografiar o replicar lo que se ha visto, sino de conocer y entender, de la mano de directivos del mercado, las mejores prácticas de las enseñanzas/conceptos líderes, adaptarlas a nuestro mercado y a tu empresa, así como conocer en mayor profundidad los conceptos que mejor encajan con el posicionamiento de nuestros productos.

Una formación con enfoque práctico donde además podrás intercambiar opiniones con altos directivos del sector.

La misión de AECOC

La mejora de la competitividad de toda la cadena de valor, compartiendo soluciones, estándares y conocimiento que la hagan más eficiente y sostenible, aportando mayor valor al consumidor.

Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o

todos los elementos del informe.
© [Enero, 2026] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.

Ronda General Mitre 10
08017 Barcelona

T. 93 252 39 00
www.aecoc.es

AECOC