TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA

Thị trường các nước EVFTA

Thành phố Hồ Chí Minh 2024

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.
hochiminhcity.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 01/GP - XBBT -
STTTT, ngày 03/01/2024
của Sở Thông tin
Truyền thông Tp.HCM

05 **TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA**
08 **NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA**
26 **HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ TÂY BAN NHA**
41 **HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ TÂY BAN NHA**
42 **NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA**
45 **CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT**
46 **CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI TÂY BAN NHA**

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Tây Ban Nha và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản chi tiết, doanh nghiệp truy cập website http://itpc.hochiminhcity.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức

BỘ CÔNG THƯƠNG

EMBASSY OF SPAIN
OFFICE FOR CULTURAL
AND SCIENTIFIC AFFAIRS

SPAIN BUSINESS
VIETNAM

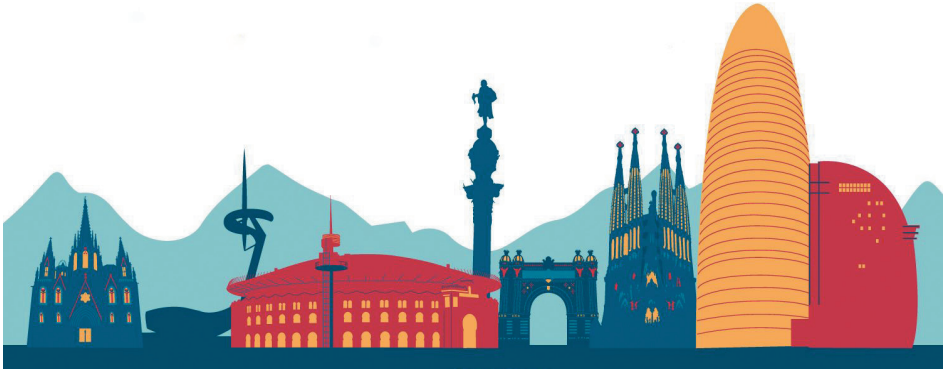
THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP

International
Trade
Centre

WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,
Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Đại sứ quán Tây Ban Nha tại thủ đô Hà Nội
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA



TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA

VỊ TRÍ ĐỊA LÝ – VĂN HÓA – XÃ HỘI TÂY BAN NHA

Tên đầy đủ: Vương quốc Tây Ban Nha (sau đây sẽ gọi tắt là Tây Ban Nha trong báo cáo dưới đây)

Thủ đô: Madrid

Quốc khánh Tây Ban Nha: Ngày 12/10/1492

Thủ tướng: Ông Pedro Sánchez

Vị trí địa lý: Tây Ban Nha thuộc khu vực Tây Nam châu Âu và 3 phần lãnh thổ tách biệt nằm ở Bắc Phi. Vùng lãnh thổ chính được bao quanh là vịnh Biscay, biển Địa Trung Hải, Bắc Đại Tây Dương, dãy núi Pyrenees và giáp phía Tây Nam nước Pháp. Tây Ban Nha có đường biên giới chung với các quốc gia Bồ Đào Nha, Pháp, Andorra, Gibratar và Marốc.

Diện tích: 504.782 km^2.

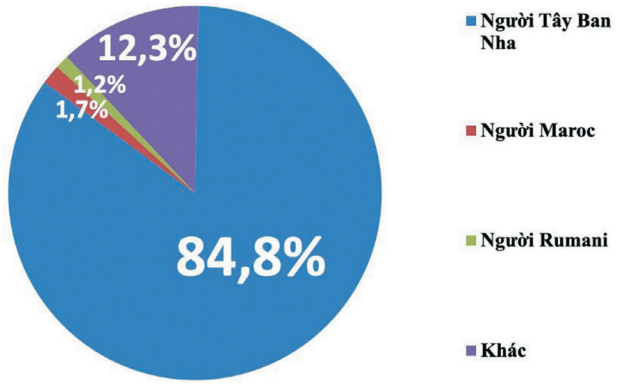
- Với diện tích đất liền là 499.542 km^2
- Diện tích mặt nước là 5.240 km^2

Dân số: 47.280.433 (Số liệu cập nhật 2023)

Tài nguyên thiên nhiên: Tây Ban Nha có nguồn tài nguyên thiên nhiên đặc biệt là khoáng sản dồi dào như than đá, vonfram, fluorit, tungsten, cao lanh, năng lượng nước, quặng Pyrit, thạch cao, than, sắt, chì, kẽm, thủy ngân, uranium...

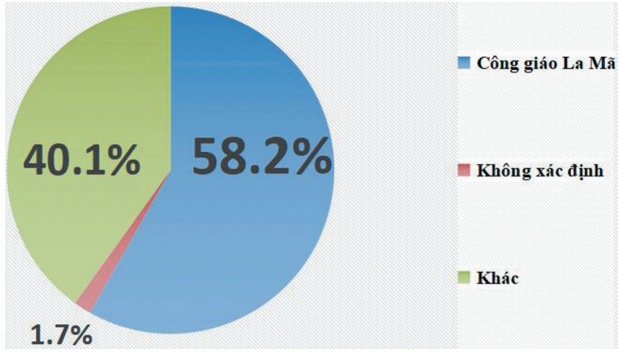
Dân tộc: Người Tây Ban Nha 84,8%, người Maroc 1,7%, người Romania 1,2%, các dân tộc khác 12,3% (Số liệu ước tính năm 2021)

Cơ cấu dân tộc
(Số liệu năm 2021)



Tôn giáo: Công giáo La Mã 58,2%, không xác định 1,7%, tôn giáo khác 40,1% (ước tính năm 2021)

Cơ cấu tôn giáo
(Số liệu năm 2021)



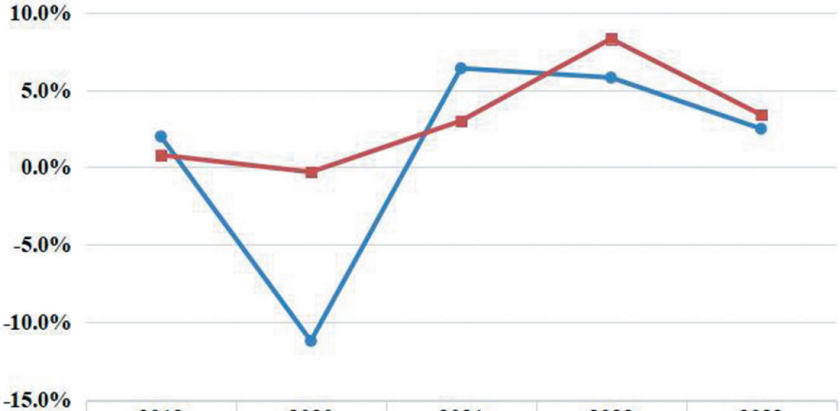
Ngôn ngữ: Tiếng Tây Ban Nha Castilian (chính thức) 74%, tiếng Catalan 17%, tiếng Galicia 7%, tiếng Basque 2%, tiếng Aranese.

TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Tây Ban Nha vượt xa các quốc gia khác trong khu vực đồng tiền chung châu Âu vào năm 2022. Tây Ban Nha đã vượt qua những thách thức toàn cầu do ảnh hưởng của chiến tranh ở Ukraine, gián đoạn chuỗi cung ứng, lạm phát cao và những tác động còn sót lại của đại dịch COVID-19. Chính phủ Tây Ban Nha đã huy động được một lượng lớn quỹ phục hồi kinh tế EU. Các cải cách và đầu tư bổ sung đã giúp Tây Ban Nha thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong các lĩnh vực đa dạng như năng lượng, số hóa, thương mại và du lịch.

Tăng trưởng GDP và mức lạm phát

(Nguồn: IMF, World Economic Outlook Database)



	2019	2020	2021	2022	2023
Tăng trưởng	2.0%	-11.2%	6.4%	5.8%	2.5%
Lạm phát	0.8%	-0.3%	3.0%	8.3%	3.4%

NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA

Thủ tướng Phạm Minh Chính tiếp bà Carmen Cano De Lasala, Đại sứ Tây Ban Nha tại Việt Nam.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Khi xuất khẩu hàng hoá vào Tây Ban Nha, các doanh nghiệp có thể đối mặt với một số rào cản phi thuế quan. Những rào cản này thường liên quan đến các quy định, tiêu chuẩn và yêu cầu cụ thể mà không phải là thuế quan trực tiếp. Dưới đây là một số rào cản phi thuế quan chính:

➢ Quy định về tiêu chuẩn và chất lượng

Tây Ban Nha, như các quốc gia EU khác, có những tiêu chuẩn chất lượng và an toàn rất nghiêm ngặt cho hàng hoá nhập khẩu. Các sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ đầy đủ các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn của EU, đặc biệt là trong các lĩnh vực an toàn thực phẩm, sức khoẻ và bảo vệ môi trường. Đối với thực phẩm, yêu cầu về nhãn mác rất quan trọng. Các sản phẩm phải cung cấp thông tin chi tiết về thành phần, nguồn gốc và hạn sử dụng để đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng. Bên cạnh đó, quy trình kiểm tra

và chứng nhận an toàn thực phẩm cũng phải được thực hiện nghiêm ngặt để đáp ứng các quy định của EU. Tương tự, đối với dược phẩm, không chỉ yêu cầu về nhãn mác mà còn phải tuân thủ các quy trình kiểm tra chất lượng và chứng nhận đặc biệt để đảm bảo tính hiệu quả và an toàn cho người sử dụng. Những quy định này nhằm bảo vệ sức khoẻ cộng đồng và môi trường, đồng thời tạo ra một môi trường thương mại công bằng và minh bạch trong khu vực EU.

- **Yêu cầu về chứng nhận và giấy phép**

Một số mặt hàng khi nhập vào Tây Ban Nha cần phải có chứng nhận từ các cơ quan có thẩm quyền để đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn cụ thể. Ví dụ, thực phẩm và sản phẩm nông nghiệp thường cần có chứng nhận hữu cơ để xác nhận rằng chúng được sản xuất theo phương pháp nông nghiệp hữu cơ, đáp ứng các tiêu chuẩn môi trường và sức khoẻ nghiêm ngặt. Đối với các sản phẩm thực phẩm, việc có chứng nhận vệ sinh an toàn thực phẩm là bắt buộc để đảm bảo rằng hàng hóa không gây hại cho sức khoẻ người tiêu dùng và tuân thủ các quy định về an toàn thực phẩm của EU. Ngoài ra, một số loại hàng hoá đặc biệt, chẳng hạn như dược phẩm hoặc thiết bị y tế, có thể yêu cầu các giấy phép đặc biệt hoặc chứng nhận phù hợp để được phép nhập khẩu và phân phối tại Tây Ban Nha. Việc không có đủ chứng nhận và giấy phép cần thiết có thể dẫn đến việc hàng hoá bị từ chối nhập khẩu hoặc phải chịu các hình phạt tài chính.

- **Hạn chế về quy định môi trường**

Tây Ban Nha, cùng với các quốc gia thành viên EU khác, yêu cầu các sản phẩm nhập khẩu phải đáp ứng các tiêu chuẩn bảo vệ môi trường nhằm bảo đảm rằng hàng hóa không gây hại cho sức khỏe con người và môi trường. Ví dụ, các quy định về hạn chế sử dụng hóa chất độc hại yêu cầu rằng các sản phẩm không được chứa hoặc sử dụng các chất hóa học có khả năng gây nguy hiểm cho sức khỏe hoặc môi trường. Hơn nữa, quy định về xử lý rác thải và tái chế cũng phải được tuân thủ, đòi hỏi các sản phẩm và bao bì phải có khả năng tái chế hoặc xử lý đúng cách sau khi sử dụng. Những quy định này bao gồm yêu cầu về việc cung cấp thông tin về khả năng tái chế của bao bì và việc tuân thủ các hệ thống thu gom và xử lý rác thải.

- **Yêu cầu về ngôn ngữ và nhãn mác**

Sản phẩm xuất khẩu cần phải có nhãn mác bằng tiếng Tây Ban Nha hoặc tiếng Anh, tuỳ thuộc vào yêu cầu của EU, để đảm bảo rằng người tiêu dùng có thể dễ dàng hiểu rõ thông tin về sản phẩm. Nhãn mác phải bao gồm thông tin chi tiết như thành phần, nguồn

gốc, hướng dẫn sử dụng, hạn sử dụng và bất kỳ cảnh báo an toàn nào cần thiết. Đặc biệt, các sản phẩm thực phẩm và dược phẩm cần phải có thông tin chính xác và đầy đủ về thành phần dinh dưỡng, công dụng và bất kỳ thông tin quan trọng nào liên quan đến sức khỏe. Việc không tuân thủ yêu cầu này có thể dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu hoặc bị xử phạt vì không đáp ứng các quy định về bảo vệ người tiêu dùng. Do đó, các doanh nghiệp xuất khẩu cần phải chắc chắn rằng nhãn mác của sản phẩm không chỉ đáp ứng yêu cầu về ngôn ngữ mà còn tuân thủ đầy đủ các quy định của Tây Ban Nha và EU để đảm bảo quá trình xuất khẩu được suôn sẻ.

- **Quy định về đóng gói và vận chuyển**

Khi xuất khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha, các doanh nghiệp cần đặc biệt chú ý đến các quy định về đóng gói và vận chuyển. Tây Ban Nha có những yêu cầu nghiêm ngặt nhằm đảm bảo rằng hàng hóa không bị hư hại trong quá trình vận chuyển và lưu kho. Các quy định này có thể bao gồm việc sử dụng vật liệu đóng gói đặc biệt để bảo vệ hàng hóa khỏi các yếu tố như va đập, ẩm ướt hoặc thay đổi nhiệt độ. Đối với các sản phẩm dễ vỡ hoặc nhạy cảm, có thể yêu cầu sử dụng các lớp bảo vệ bổ sung hoặc bao bì chống sốc. Hơn nữa, quy trình bảo quản trong kho cũng phải tuân thủ các tiêu chuẩn nhất định, như kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm để giữ cho hàng hóa ở trạng thái tốt nhất. Việc không tuân thủ các quy định này có thể dẫn đến việc hàng hóa bị hư hại, từ chối nhập khẩu, hoặc thậm chí là các khoản phí phạt do không đáp ứng các tiêu chuẩn bảo vệ chất lượng. Do đó, các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ lưỡng các yêu cầu về đóng gói và vận chuyển của Tây Ban Nha và đảm bảo rằng tất cả các quy trình và vật liệu đóng gói đều phù hợp để bảo đảm hàng hóa đến tay người tiêu dùng trong tình trạng tốt nhất..

- **Rào cản về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ**

Khi xuất khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha, các doanh nghiệp cần đặc biệt lưu ý đến các yêu cầu về bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Tây Ban Nha, cùng với các quốc gia thành viên EU khác, áp dụng các quy định nghiêm ngặt nhằm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, bao gồm bản quyền, sáng chế, thương hiệu và kiểu dáng công nghiệp. Để đảm bảo rằng sản phẩm xuất khẩu không vi phạm các quyền sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp cần kiểm tra kỹ lưỡng các quyền sở hữu trí tuệ hiện có liên quan đến sản phẩm của mình, chẳng hạn như các bằng sáng chế hoặc thương hiệu đã được đăng ký tại Tây Ban Nha hoặc EU. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng nên xem xét việc đăng ký bảo hộ thương hiệu hoặc sáng chế của mình tại EU để bảo vệ quyền lợi và tránh các rủi ro pháp lý. Việc không thực hiện các bước này có thể

dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu hoặc bị yêu cầu ngừng bán do vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, cũng như có thể đối mặt với các vụ kiện và phạt tiền. Do đó, việc thực hiện các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là rất quan trọng để đảm bảo rằng quá trình xuất khẩu diễn ra thuận lợi và không gặp phải vấn đề pháp lý tại Tây Ban Nha.

➢ Quy định về sức khỏe và an toàn lao động

Phó Chủ tịch UBND TP.HCM Võ Văn Hoan tiếp bà Carmen Cano de Lasala, Đại sứ Tây Ban Nha tại Việt Nam.

Khi xuất khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha, các doanh nghiệp cần chú trọng đến các quy định về sức khỏe và an toàn lao động, đặc biệt nếu sản phẩm có liên quan đến các yếu tố này. Tây Ban Nha, theo quy định của EU, yêu cầu các sản phẩm liên quan đến sức khỏe và an toàn lao động phải đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và chứng nhận nghiêm ngặt trước khi được phép nhập khẩu. Ví dụ, nếu hàng hóa là thiết bị bảo vệ cá nhân, như găng tay, mặt nạ hoặc quần áo bảo hộ, chúng phải được kiểm tra và chứng nhận đạt tiêu chuẩn an toàn cụ thể để bảo vệ người sử dụng. Các chứng nhận này có thể bao gồm các bài kiểm tra chất lượng liên quan đến khả năng bảo vệ và độ bền của sản phẩm. Ngoài ra, nếu sản phẩm liên quan đến sức khỏe, như thiết bị y tế hoặc sản phẩm chăm sóc sức khoẻ, việc chứng nhận và kiểm tra chất lượng cũng là bắt buộc để đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn và hiệu quả.

➢ **Các yêu cầu về thông tin thương mại và bảo vệ người tiêu dùng**

Khi xuất khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha, việc tuân thủ các yêu cầu về thông tin thương mại và bảo vệ người tiêu dùng là rất quan trọng. Tây Ban Nha, cùng với các quốc gia EU khác, yêu cầu rằng tất cả sản phẩm nhập khẩu phải cung cấp thông tin đầy đủ và minh bạch để đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng. Điều này bao gồm việc cung cấp thông tin rõ ràng về xuất xứ của sản phẩm, thành phần cấu tạo và hướng dẫn sử dụng. Đối với thực phẩm, thông tin về thành phần dinh dưỡng, nguồn gốc nguyên liệu và các thông tin về dị ứng phải được ghi rõ trên nhãn mác. Đối với các sản phẩm tiêu dùng khác, như hàng điện tử hoặc hóa mỹ phẩm, cần phải có hướng dẫn sử dụng chi tiết và cảnh báo an toàn nếu cần. Việc không tuân thủ các yêu cầu này có thể dẫn đến việc hàng hóa bị từ chối nhập khẩu hoặc bị xử phạt vì không đáp ứng các quy định về bảo vệ người tiêu dùng.

Để đảm bảo việc xuất khẩu hàng hoá vào Tây Ban Nha thuận lợi, các doanh nghiệp nên tìm hiểu kỹ lưỡng các quy định và tiêu chuẩn liên quan và có thể cân nhắc hợp tác với các tư vấn hoặc đại lý chuyên môn tại Tây Ban Nha để hỗ trợ trong việc tuân thủ các yêu cầu này.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP VIỆT

Tây Ban Nha là thị trường tốt để thâm nhập không chỉ vào khu vực Châu Âu rộng lớn hơn mà còn vào cả Mỹ Latinh và châu Phi.

Tây Ban Nha là thị trường tiêu thụ lớn cho tất cả các ngành hàng tiêu dùng xuất khẩu của Việt Nam vì quy mô dân số đông trên 47 triệu người và thu nhập bình quân khá cao (khoảng 36,7 ngàn USD/năm).

Tây Ban Nha là thị trường hàng năm thu hút bình quân trên 80 triệu lượt khách quốc tế với công nghiệp dịch vụ du lịch, cơ sở nghỉ dưỡng và ẩm thực hàng đầu châu Âu... Vì vậy, đây là cơ hội thị trường cho các ngành hàng du lịch (bao gồm túi xách, vali, ví, mũ, ô, dù; sản phẩm thủ công mỹ nghệ, mây, tre, cói, thảm), dệt may, giày dép, gỗ và sản phẩm gỗ, thực phẩm nguyên liệu, cà phê và sản phẩm gia vị của Việt Nam.

YÊU CẦU CHỨNG TỪ VÀ CÁC QUY ĐỊNH NHẬP KHẨU

➢ Chứng từ nhập khẩu

Nhà xuất khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha cần bảo đảm gửi tất cả các chứng từ cần thiết cho người nhập khẩu, để người nhập khẩu hoàn thiện bộ chứng từ hải quan và khai báo trong vòng 72 tiếng sau khi hàng được dỡ. Nếu quá thời hạn trên, người nhập khẩu sẽ bị phạt. Việc thiếu bất kỳ chứng từ nào cũng có thể làm chậm trễ việc lấy hàng và phát sinh chi phí ngoài phí lưu kho.

Bộ chứng từ bao gồm:

- Tờ khai hải quan (Clearance)
- Hóa đơn chiếu lệ (Proforma Invoice): Thường thì chỉ cần một bản copy là đủ, và phải chỉ ra được giá FOB, cước vận chuyển và phí bảo hiểm.
- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice): Yêu cầu phải có một bản gốc và một bản sao. Đối với mỗi mặt hàng, phải ghi rõ số lượng, trọng lượng tịnh và tổng trọng lượng đo bằng kilogam, giá cả mỗi loại hàng và các phụ phí theo giá CIF. Tất cả các chi tiết trong hóa đơn thương mại phải khớp với giấy phép nhập khẩu.
- Phiếu đóng gói (Packing List): Không bắt buộc nhưng sẽ giúp quá trình làm thủ tục hải quan thuận tiện hơn.
- Chứng nhận xuất xứ (Certificate of Origin): Chỉ yêu cầu đối với một số loại hàng cụ thể. Nên gửi kèm hàng 3 bản copy.
- Vận đơn (Bill of Lading): Không quy định dạng cụ thể. Được phép sử dụng vận đơn theo lệnh (To order).

- Giấy chứng nhận bảo hiểm (Insurance Certificate)

➢ **Các loại giấy chứng nhận đặc biệt cho một số sản phẩm nhất định**

- Động thực vật sống, thịt và các bộ phận của chúng đều yêu cầu phải có giấy chứng nhận an toàn vệ sinh do các cơ quan có thẩm quyền của nước xuất xứ cấp và phải được đóng dấu thị thực bởi Lãnh sự Tây Ban Nha trước khi gửi hàng đi.
- Gia cầm sống và trứng để ấp chỉ được nhập khẩu nếu có giấy chứng nhận cụ thể về cách thức xuất khẩu các sản phẩm này và giấy chứng nhận vệ sinh an toàn do cơ quan thú y có thẩm quyền ở nước xuất xứ cấp, có thể là Cục Kiểm dịch An toàn Thực phẩm
- Giấy chứng nhận vệ sinh dịch tễ (Sanitary Certificates) do các cơ quan y tế có thẩm quyền ở nước xuất xứ cấp để chứng thực các sản phẩm từ động vật sống (da sống, xương...) và các phế phẩm đã được miễn dịch.
- Giấy chứng nhận dược phẩm (Pharmaceutical Certificates): Yêu cầu bắt buộc với thuốc và một số thiết bị chăm sóc sức khỏe. Riêng đối với thuốc, cần kê khai cụ thể thành phần

Tây Ban Nha yêu cầu giấy phép nhập khẩu và quy định hạn ngạch đối với một số sản phẩm công nghiệp và một số sản phẩm khác bao gồm: nông sản, thuốc nổ, dầu hạt và vàng...

Giấy phép nhập khẩu - Import Authorization (Autorización Administrativa de Importacion, AAI): Được sử dụng để quản lý nhập khẩu bằng hạn ngạch. Thời gian hiệu lực của một giấy phép nhập khẩu thường là 6 tháng nhưng sẽ được gia hạn thêm nếu có đủ lý do hợp pháp.

Thông cáo trước khi nhập khẩu - Prior notice of imports (Notificacion Previa de Importacion): Được dùng khi kinh doanh và vận chuyển hàng hóa trong khu vực Liên minh Hải quan các nước EU, nhưng chỉ để kê khai hàng hóa là chủ yếu. Các nhà nhập khẩu phải giữ chứng từ này và chuyển nó tới Cục đăng kiểm thuộc Bộ Thương mại Tây Ban Nha. Sau đó, các nhà nhập khẩu xin giấy thông hành ở Cục đăng kiểm hoặc bất cứ cơ quan nào khác của Bộ Thương mại ở khu vực đó. Hải quan sẽ kiểm duyệt hóa đơn thương mại qua fax.

Những hàng hóa khi đi vào địa phận hải quan Tây Ban Nha mà không có giấy phép nhập khẩu hoặc tờ khai hợp lệ thường bị trì hoãn rất lâu và có thể phải trả thêm tiền bồi thường do giữ tàu quá hạn giao kèo. Chính vì thế, các nhà xuất khẩu phải đảm bảo phía nhập khẩu đã nắm được các giấy phép cần thiết và phải chứng thực với hải quan Tây Ban Nha xem hàng gửi cần phải có các chứng nhận sản phẩm hay chứng từ đặc biệt nào khác để thông quan.

Hồ sơ nhập khẩu và thuế quan đối với các sản phẩm nông nghiệp giống như các quốc gia EU khác. Một số mặt hàng nông sản như đậu nành, hạt hướng dương, phụ phẩm ngô và gỗ được miễn thuế hoặc chịu mức thuế tối thiểu. Tuy nhiên, hầu hết các loại thực phẩm và nông sản thuộc phạm vi của Chính sách Nông nghiệp Chung (CAP) của EU như ngũ cốc đều phải chịu thuế quan, hạn ngạch thuế quan và/hoặc thuế nhập khẩu thay đổi, hạn chế đáng kể khả năng tiếp cận thị trường Tây Ban Nha.

Nếu cần, nhà nhập khẩu có thể nộp đơn xin giấy phép nhập khẩu tại Văn phòng Thư ký Thương mại của Tây Ban Nha hoặc tại bất kỳ văn phòng khu vực nào của Văn phòng này. Hóa đơn thương mại bao gồm cước phí vận chuyển và bảo hiểm, C.I.F. giá, trọng lượng tịnh và tổng và số hóa đơn phải đi kèm với đơn xin cấp phép. Hải quan chấp nhận hóa đơn thương mại qua fax. Giấy phép, sau khi được cấp, thường có hiệu lực trong 6 tháng, nhưng có thể được gia hạn nếu có lý do chính đáng.

CHÍNH SÁCH THUẾ VÀ THUẾ SUẤT

Hải quan Tây Ban Nha định giá lô hàng theo giá C.I.F. (giá thành, bảo hiểm và cước phí). Thông thường, tổng chi phí để thông quan là từ 20%-30% giá trị C.I.F. của lô hàng. Ước tính này bao gồm thuế quan, thuế giá trị gia tăng (VAT) 21%, cộng với phí đại lý hải quan và phí xử lý.

Tây Ban Nha sử dụng hệ thống thuế hải quan chung (CCT) của EU, áp dụng với tất cả hàng hóa nhập khẩu từ các nước không thuộc EU. Hầu hết các loại thuế là theo giá hàng (%), dựa trên Luật định giá của Hiệp định chung về Thuế quan và Mậu dịch (GATT), gần đúng bằng giá CIF. Tây Ban Nha không đánh thuế đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước thuộc EU khác kể từ ngày 1/1/1993. Tây Ban Nha sử dụng Hệ thống Thuế quan hài hòa (HS – Harmonized System) từ năm 1988.

➢ **Thuế nhập khẩu**

Thuế suất thuế nhập khẩu chia làm 2 loại:

- Thuế suất Tối huệ quốc (MFN)
- Thuế suất chung.

Hầu hết hàng nhập khẩu vào Tây Ban Nha được hưởng thuế suất Tối huệ quốc (MFN). Các loại thuế suất tương đối cao áp dụng với hàng dệt may, xe ôtô, đồ điện tử dân dụng, ngũ cốc, thịt, bơ sữa, đường, rượu cồn và thuốc lá.

Đối với hàng nông sản, thuế và các chứng từ nhập khẩu giống với các quốc gia EU khác. Trong khi một số loại nông sản được miễn thuế hoặc chịu thuế cực thấp như đậu tương, hạt cây hướng dương, sản phẩm ngũ cốc và gỗ xẻ. Phần lớn hàng nông sản quy định trong chính sách nông nghiệp chung của EU (CAP) và thực phẩm lại phải chịu thuế cao hoặc các mức thuế nhập khẩu khác nhau. Điều này đã hạn chế lớn việc nhập khẩu các loại hàng hóa này vào thị trường Tây Ban Nha.

➢ Thuế giá trị gia tăng (VAT)

Kể từ ngày 01 tháng 9 năm 2012, hàng nhập khẩu vào Tây Ban Nha phải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT), được tính ở 1 trong 3 mức thuế 21% (mức tiêu chuẩn) và 2 mức giảm là 4% và 10%. Tỷ lệ 10% áp dụng đối với một số hàng hóa và dịch vụ, chẳng hạn như mua một tài sản mới được xây dựng, khách sạn, nhà hàng, sản phẩm y tế, vui chơi giải trí và các hoạt động thể thao.

Tỷ lệ 4% áp dụng đối với hàng hóa được coi là nhu cầu cơ bản, chẳng hạn như thực phẩm nhất định và đọc tài liệu (báo, tạp chí, sách). Ngoài các quy định chung, còn có những quy định đặc biệt dành riêng cho các tổ chức như các trung tâm lữ hành, đồ cổ, các sản phẩm nông nghiệp và chăn nuôi.

Một số hoạt động chuyên ngành khác được miễn thuế GTGT là các tổ chức tài chính, bảo hiểm, lệ phí bác sĩ, nha sĩ.

Thuế giá trị gia tăng không áp dụng ở khu vực quần đảo Canary, Ceuta và Melilla. Thuế gián thu chung 7% của Canary thì chỉ áp dụng trên quần đảo Canary.

➢ Thuế thu nhập doanh nghiệp

Kể từ ngày 01 tháng 1 năm 2015, mức thuế thu nhập doanh nghiệp chung áp dụng cho các công ty ở Tây Ban Nha đã được giảm từ 30% xuống còn 28% vào năm 2015 và xuống mức 25% vào năm 2016. Đối với các công ty nhỏ và vừa, đã được giảm thuế từ năm 2014, thì mức thuế áp dụng trong giai đoạn chuyển tiếp 2015 sẽ được áp dụng là 25%, đối với những công ty có mức thu nhập trên 300 Euro thì mức thuế áp dụng là 28%. Công ty nhỏ là các công ty có doanh thu trong năm trước ít hơn 5 triệu Euro và có từ 1 đến 24 lao động. Công ty vừa là các công ty có doanh thu trong các năm trước ít hơn 10 triệu Euro.

Cũng kể từ ngày 1/1/2015, các công ty mới được thành lập trong 2 năm đầu tiên sẽ được áp dụng mức thuế thấp hơn trong là 15%.

Kỳ tính thuế của doanh nghiệp được tính theo năm dương lịch, kết thúc vào ngày 31/12. Cơ sở để tính thuế là thu nhập doanh nghiệp trong năm đó.

➢ Các loại thuế khác

Thuế tiêu thụ đặc biệt

Thuế suất tiêu thụ đặc biệt đánh vào một số sản phẩm nhất định bị coi là "hàng xa xỉ", như thuốc lá, nước hoa và các sản phẩm rượu cồn và cũng có thể đánh vào các sản phẩm khác theo quy định của Tây Ban Nha.

Thuế trợ giá

Thuế trợ giá được định ra để chống lại ảnh hưởng từ việc trợ giá của các chính phủ nước ngoài cho hàng xuất khẩu sang Tây Ban Nha, dẫn đến giá thấp và gây thiệt hại cho kinh tế Tây Ban Nha và các nước thành viên EU. Thời hạn đánh thuế trợ giá tuỳ theo từng trường hợp, hiện tại áp dụng ở mức từ 5% - 33%.

Thuế chống bán phá giá

Dưới tác động mạnh của Bộ Luật Cạnh tranh không công bằng, Hải quan đã định ra thuế chống phá giá. Như đã ký kết Bộ Luật Thuế trợ giá và chống phá giá của Hiệp định chung về Thuế quan và Mậu dịch (GATT), Tây Ban Nha thông qua Uỷ ban Chống phá giá của EU phạt các hàng hóa nhập khẩu bán phá giá tại nước nhập khẩu gây tổn thất vật chất cho kinh tế của nước đó. Hàng hóa chỉ được phép hạ giá bán dưới mức bình thường trong trường hợp các nước khác nhau về điều kiện và quy định kinh doanh, khác nhau về chính sách đánh thuế và các khác biệt khác ảnh hưởng tới tương quan về giá. Để đền bù và ngăn chặn việc bán phá giá, thuế chống phá giá sẽ quy định một khoản giá trị không lớn hơn chênh lệch giữa giá đã bị hạ quá mức và mức giá thị trường của hàng hóa.

CÁC QUI ĐỊNH VỀ BAO GÓI, NHÃN MÁC

Ở Tây Ban Nha, nhãn mác để phân loại sản phẩm phải có chiều cao không dưới 3mm. Chữ viết phụ bằng tiếng nước ngoài được phép dùng miễn là không mâu thuẫn với thông tin đưa ra bằng tiếng Tây Ban Nha và cỡ chữ của nó phải không lớn hơn chữ viết Tây Ban Nha.

Các thùng hàng ở bên ngoài phải có dán nhãn ghi thông tin của người nhận hàng và cảng nhận hàng và được đánh số (để phù hợp với phiếu đóng gói) trừ khi lượng hàng có thể dễ dàng xác định bằng cách khác.

Tên nước xuất xứ, thương hiệu, tên của nhà sản xuất và nơi sản xuất phải được thể hiện trên tất cả hàng hóa nhập khẩu. Nên gửi trước nhãn mẫu cho người nhập khẩu.

Nhãn mác thực phẩm phải bao gồm các thông tin bằng tiếng Tây Ban Nha như sau:

- Tên nước xuất xứ.
- Số lượng hàng và liệt kê các thành phần chính gồm cả chất phụ gia và phẩm màu.
- Trọng lượng tịnh hoặc thể tích đo bằng đơn vị mét khối.
- Hướng dẫn sử dụng và mọi hướng dẫn bảo quản đặc biệt khác.
- Ngày sản xuất và ướp lạnh (tháng và năm)
- Tên của hãng sản xuất và tên thương mại của sản phẩm.

Một số loại hàng đòi hỏi nhãn mác đặc biệt:

- Sản phẩm sữa, margarin, socola, cafe, rượu và các sản phẩm khác yêu cầu phải ghi đầy đủ thành phần.
- Hàng dệt may và các sản phẩm may sẵn phải có nhãn miêu tả thành phần vật liệu. Nếu là hàng nhập khẩu thì phải có nhãn mác bằng tiếng Tây Ban Nha, với chữ viết cùng cỡ hoặc lớn hơn cỡ của chữ nước ngoài và trong bất kì trường hợp nào chiều cao không được dưới 3mm. Các yêu cầu liên quan tới lượng hàng, nhãn mác và đóng gói hàng dệt may phải cụ thể và rõ ràng. Thương hiệu của nhà sản xuất đã được đăng ký mới được phép có mặt trên các sản phẩm dệt may. Tất cả đều được quy định trong Sắc lệnh của Hoàng gia số 928/1987 ngày 5/7/1987.

- Thuốc, dược phẩm và mỹ phẩm phải thông qua kiểm tra kỹ thuật và đăng ký trước khi nhập. Nhãn mác đối với mỗi loại sản phẩm cụ thể đều phải ghi chi tiết các thành phần hóa học.
- Phân bón và thuốc diệt nấm: Nhãn mác phải bằng tiếng Tây Ban Nha và bao gồm các cách phòng ngừa chi tiết. Các loại phân bón nhập khẩu phải đăng ký với cơ quan của Bộ Nông nghiệp địa phương. Trước khi làm thủ tục hải quan phải tiến hành kiểm tra và phân tích. Bộ Nông nghiệp là cơ quan phê chuẩn các tài liệu quảng cáo loại hàng này.

- Súng ngắn: Chính phủ Tây Ban Nha quản lý tất cả các loại súng ngắn và chúng phải được dán tem chứng nhận.
- Các loại săm lốp nhập khẩu (ngoại trừ loại lốp rắn có vành khung bằng kim loại) đều phải dán số seri. Các số seri phải được dán trên bề mặt kim loại của động cơ và khung gầm ôtô xe máy.

- Việc chế tạo sản xuất các kim loại quý phải có dấu xác nhận tiêu chuẩn vàng bạc và tem của chính phủ từ Cục Bảo hành Tây Ban Nha trước khi làm thủ tục nhập khẩu.
- Nông sản: Các yêu cầu về nhãn mác phải hoàn toàn phù hợp với hệ thống nhãn mác của EU, tuy nhiên nhãn mác phải bằng tiếng Tây Ban Nha.

Phí nộp đơn Nhãn sinh thái EU:

- 200-350 Euro (215,24-376,67 đô la) cho các doanh nghiệp siêu nhỏ.
- 200-600 Euro (215,24-645,72 đô la) cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các công ty từ các nước đang phát triển.
- 200-2.000 Euro (215,24-2.152,40 đô la) cho tất cả các công ty khác.

Giảm 30% cho các công ty đã đăng ký theo EMAS hoặc giảm 15% cho các công ty được chứng nhận theo ISO 14001. Các khoản giảm không được cộng dồn và chỉ áp dụng mức giảm cao hơn khi đáp ứng cả hai hệ thống.

Phí hàng năm tối đa để sử dụng Nhãn sinh thái đã được giới hạn ở mức:

- 18.750 Euro cho các doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp vừa và nhỏ và người nộp đơn từ các nước đang phát triển.
- 25.000 Euro cho tất cả các công ty khác.

Phí hàng năm có thể là mức phí cố định hoặc dựa trên giá trị bán hàng hàng năm trong EU của sản phẩm được trao tặng Nhãn sinh thái EU. Khi phí hàng năm được tính theo tỷ lệ phần trăm của giá trị bán hàng hàng năm, thì sẽ không quá 0,15% giá trị đó. Trong trường hợp các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp siêu nhỏ hoặc người nộp đơn từ các nước đang phát triển, phí hàng năm sẽ được giảm ít nhất 25%.

HÀNG HÓA TẠM NHẬP

Tài liệu quảng cáo, danh mục, bảng giá và các mặt hàng in tương tự được miễn thuế khi nhập vào Tây Ban Nha. Tuy nhiên, để tránh sự cố, các mặt hàng đó phải luôn được dán nhãn "không có giá trị". Nếu không, có khả năng sẽ bị đánh thuế hải quan đối với mẫu hàng. Tây Ban Nha cho phép các mẫu hàng có giá trị không đáng kể được miễn thuế, với tư cách là bên ký kết Công ước quốc tế về tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu các mẫu hàng thương mại và tài liệu quảng cáo. Các mặt hàng có giá trị thương mại không được quy định trong thủ tục sổ hộ chiếu có thể được các công ty nhập khẩu trong thời hạn tối đa một năm sau khi thanh toán tiền đặt cọc. Khi xuất trình biên lai hải quan và khi tái xuất, khoản tiền đặt cọc sẽ được hoàn lại.

Khách doanh nghiệp nhập cảnh với các mẫu hàng thương mại phải mang theo thư từ công ty của họ xác nhận tình trạng của các mẫu hàng, xác định các mẫu hàng và chứng nhận rằng các mẫu hàng này không phải để bán.

QUY ĐỊNH VỀ AN TOÀN THỰC PHẨM, KIỂM DỊCH

Động vật sống được kiểm tra ở các trạm kiểm dịch. Việc làm vệ sinh và tẩy uế các thiết bị kiểm dịch là bắt buộc.

Tất cả các sản phẩm hay phế phẩm động vật được kiểm tra đầu vào bởi viên chức của Bộ Nông Nghiệp.

Giấy chứng nhận vệ sinh y tế do nhà chức trách ở nước xuất xứ cấp phải kèm theo hàng gửi.

Thực vật và các sản phẩm từ thực vật tùy thuộc vào các quy định khác nhau.

Việc đăng ký và kinh doanh dược phẩm, mỹ phẩm, thuốc trừ sâu và các sản phẩm thú y phải tuân theo các quy định kiểm soát đặc biệt. Các sản phẩm này chỉ được phép nhập khẩu sau khi đã đăng kí với Ban quản lý của Bộ sức khỏe công cộng Tây Ban Nha.

Thực phẩm phải được đăng ký với cơ quan quản lý an toàn thực phẩm và phải tuân theo tiêu chuẩn của Tây Ban Nha.

Phân bón và thuốc diệt nấm phải được đăng ký với Sở Nông Nghiệp. Những sản phẩm này cũng phải thông qua kiểm tra và phân tích trước khi làm thủ tục hải quan.

HÀNG HÓA CẤM VÀ HẠN CHẾ NHẬP KHẨU

Những mặt hàng cấm nhập khẩu vào Tây Ban Nha bao gồm:

- Cá ngừ, cá hồi đỏ Đại Tây Dương có nguồn gốc từ Belize, Panama và Honduras.
- Những đồ chơi chứa chất Sunfat.
- Những vật dụng có lưỡi kim loại sắc bọc trong vỏ hoặc bao nhựa, giấy hay vải.
- Ma tuý và các chất kích thích.
- Tất cả các dạng của sợi amiang.
- Tất cả sản phẩm có thành phần là L-tryptophane.
- Cục tẩy bằng cao su có bề ngoài giống với thực phẩm.
- Nhiệt kế y học chứa thuỷ ngân dùng cho mục đích kinh doanh.
- Các loại hooc-mon của thịt bò Mỹ.
- Xác người, cơ quan và bộ phận người, phôi người và động vật, xương cốt.
- Các chất gây nổ.
- Súng ngắn, vũ khí và các thiết bị vũ trang.
- Các loại thực phẩm và đồ uống ôi thiu.
- Động vật sống và chết (bao gồm cả côn trùng).
- Vé xổ số và các thiết bị đánh bạc.
- Tiền (tiền xu, tiền mặt, tiền tệ, tiền giấy và các dạng giá trị tương đương với tiền mặt như cổ phiếu, trái phiếu..).
- Tiền xu và tem để sưu tập.
- Sách báo khiêu dâm.

➢ Các mặt hàng hạn chế nhập khẩu

Một số mặt hàng có thể bị hạn chế hoặc cấm nhập khẩu vào Tây Ban Nha vì lý do bảo vệ kinh tế và an ninh Tây Ban Nha cũng như các thành viên EU, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, môi trường và đời sống động thực vật trong nước. Hay nói cách khác, hàng hóa nhập khẩu sẽ không bị hạn chế nếu tuân thủ các quy định quốc tế về đạo đức, sức khỏe, quy tắc công cộng và các quy định khác.

Một số sản phẩm phải chịu hạn ngạch nhập khẩu hoặc hạn chế theo các thoả thuận thương mại song phương. Bên cạnh các yêu cầu của Hải quan, nhiều mặt hàng còn phải tuân theo các quy định của các cơ quan Tây Ban Nha như: hạn chế gửi hàng, lưu trữ, nhãn mác...

➢ **Văn hóa kinh doanh**

Các mối quan hệ cá nhân rất quan trọng trong văn hóa kinh doanh tại Tây Ban Nha.

➢ **Cử chỉ giao tiếp, chào hỏi trong kinh doanh**

Ở Tây Ban Nha, lời chào đầu tiên giữa các đối tác được thực hiện giống như một nghi lễ và rất phổ biến. Bạn nên bắt tay với tất cả mọi người có mặt và chỉ những người quen biết nhau mới hôn nhau ở cả hai má. Bạn có thể nhận thấy rằng người Tây Ban Nha ban đầu khá trang trọng trong môi trường kinh doanh. Do đó, bạn nên gọi mọi người bằng họ của họ và bạn cũng nên đợi chủ nhà bắt đầu sử dụng tên riêng. Tuy nhiên, nếu đối tác Tây Ban Nha của bạn có hai tên riêng, bạn nên sử dụng cả hai khi gọi họ bất kể họ là nam hay nữ (ví dụ: Jose Luis hoặc Maria Teresa).

Bạn cũng có thể nhận thấy rằng người Tây Ban Nha đứng rất gần nhau, thường xuyên chạm vào nhau trên cánh tay, lưng hoặc vai và duy trì giao tiếp bằng mắt tốt. Bạn cũng nên biết rằng nếu ai đó ngắt lời bạn khi bạn đang nói, thì có lẽ người đó đang thể hiện rằng họ quan tâm đến những gì bạn đang nói, chứ không phải là hành động thô lỗ.

Một khi người Tây Ban Nha bị cuốn vào cuộc trò chuyện, họ thường nói to và ra hiệu bằng tay rất nhiều, điều này chỉ có nghĩa là họ quan tâm chứ không phải họ tức giận.

Bạn nên tránh hôn trừ khi người kia chủ động. Khi hai người đàn ông hiểu rõ nhau, họ sẽ ôm nhau trong khi vỗ nhẹ vào lưng nhau một cách mạnh mẽ. Họ cũng có thể bắt tay bằng cách đặt tay kia lên cẳng tay của người đối diện

Tuy nhiên, không nhất thiết phải sử dụng chức danh khi xưng hô với đối tác kinh doanh người Tây Ban Nha.

➢ Gặp gỡ, đàm phán

Khi đặt lịch hẹn kinh doanh ở Tây Ban Nha, bạn nên cố gắng đặt lịch hẹn càng sớm càng tốt. Tốt nhất là tránh lên lịch bất cứ lúc nào trong khoảng từ 14:00 đến 17:00 vì đây là những giờ mà nhân viên thường nghỉ trưa. Các cuộc hẹn được thực hiện qua điện thoại hoặc email và phải được xác nhận bằng văn bản hoặc qua điện thoại vào ngày hôm trước. Các cuộc họp trực tiếp thường được ưa chuộng hơn các cuộc trò chuyện bằng văn bản hoặc điện thoại.

Trong khi thuyết trình, bạn nên chuẩn bị tinh thần sẽ thường xuyên bị đối tác ngắt lời khi nói. Bài thuyết trình phải kỹ lưỡng, chi tiết và bạn nên mang theo tài liệu về công ty của mình. Các cuộc đàm phán thường kéo dài. Người Tây Ban Nha có thể thích đối tác của họ nói trước. Nên tránh những câu hỏi và sự lặp lại vào phút chót. Nên tránh đối đầu và khoe khoang về thành tích của bạn. Phải đạt được sự hiểu biết bằng lời trước khi biên tập hợp đồng chính thức. Người Tây Ban Nha rất coi trọng tính cách của người mà họ làm ăn cùng. Người Tây Ban Nha mong đợi cả hai bên tuân thủ nghiêm ngặt các điều khoản của hợp đồng.

Đối với đàm phán kinh doanh, quá trình này có thể kéo dài do đây là kiểu văn hóa kinh doanh ở Tây Ban Nha. Thật vậy, người Tây Ban Nha mong muốn xây dựng mối quan hệ cá nhân và lòng tin với các đối tác trước khi bắt đầu đàm phán. Và họ thường tìm hiểu các mối quan hệ kinh doanh thông qua các cuộc họp ăn trưa và giao lưu.

Ban quản lý cấp cao thường sẽ đưa ra quyết định cuối cùng về các đề xuất. Sau khi đã đạt được thỏa thuận bằng lời nói với một công ty ở Tây Ban Nha, sau đó bạn có thể được công ty đó đưa các chi tiết vào hợp đồng chính thức.

➢ Cách trao danh thiếp cho đối tác

Ở Tây Ban Nha, bạn nên trao đổi danh thiếp khi bắt đầu cuộc họp. Danh thiếp của bạn nên ghi tên và họ, chức danh công việc nhưng tốt nhất đừng ghi trình độ học vấn.

➢ Ngôn ngữ trong giao tiếp kinh doanh

Người đứng đầu các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiếm khi nói bất kỳ ngôn ngữ nào khác ngoài tiếng Tây Ban Nha và có thể là ngôn ngữ địa phương của họ. Trong khi khoảng dưới 30% quản lý trong các công ty lớn thông thạo tiếng Anh. Việc bạn biết tiếng Tây Ban Nha hoặc có phiên dịch viên đi cùng là điều bắt buộc. Đảm bảo rằng tất cả tài liệu in của bạn đều có sẵn bằng cả tiếng Anh và tiếng Tây Ban Nha.

➢ Trang phục trong kinh doanh

Cách bạn thể hiện bản thân là vô cùng quan trọng khi giao tiếp với những doanh nhân Tây Ban Nha. Tại Tây Ban Nha, đối tác thường dành khá nhiều thời gian và tiền bạc cho trang phục và ngoại hình của mình. Trang phục công sở là trang phục cổ điển, chuyên nghiệp. Trang phục vest thường có màu tối, nhưng bạn cũng có thể mặc màu sáng hơn. Phụ nữ cũng mặc vest, có thể là với váy hoặc quần và phụ kiện và trang điểm có xu hướng tinh tế.

➢ Cách tặng quà cho đối tác trong kinh doanh

Lễ hội bò đuổi tại Pamplona.

Tặng quà không phải là hành động điển hình trong văn hóa kinh doanh ở Tây Ban Nha. Tuy nhiên, đôi khi mọi người tặng quà sau khi đàm phán thành công hoặc để cảm ơn. Tuy nhiên, bạn không nên tặng quà đắt tiền vì người nhận có thể coi đó là hối lộ. Nhìn chung, bạn không thể sai khi tặng đồ ăn, đồ uống hoặc đồ lưu niệm từ quê hương của mình. Hơn nữa, vì người Tây Ban Nha có xu hướng coi trọng thương hiệu và chất lượng, nên bạn chỉ nên tặng những món đồ chất lượng cao, tốt nhất là của một thương hiệu có uy tín. Họ thường mở quà khi nhận được.

Tránh tặng quà trong lần gặp đầu tiên. Quà lưu niệm và sản phẩm khuyến mại của vùng được đánh giá cao vào cuối các cuộc gặp sau đó. Đối với lễ hội Giáng sinh và Năm mới, các công ty Tây Ban Nha gửi cho khách hàng của họ những giỏ đựng đủ loại thực phẩm.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ TÂY BAN NHA

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA TÂY BAN NHA

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2023 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2022 thì Tây Ban Nha đứng thứ 15 về xuất khẩu và đạt hạng 21 nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Tây Ban Nha đứng thứ 10 về xuất khẩu và 20 về nhập khẩu.

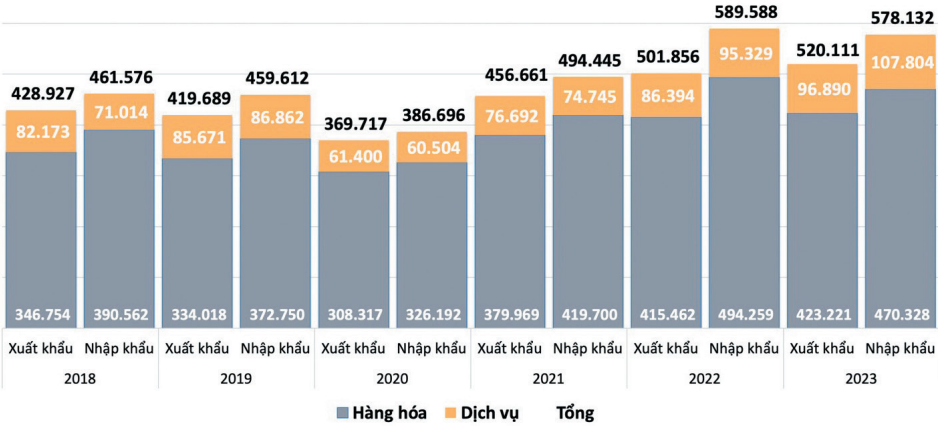
Chỉ số tự do kinh tế của Tây Ban Nha là 63,3, giảm 1,7 điểm so với năm ngoái, là nền kinh tế đứng thứ 55 trong năm 2024. Tây Ban Nha đứng thứ 30/44 nước ở khu vực châu Âu, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn mức trung bình của thế giới nhưng lại thấp hơn mức trung bình của khu vực. (Nguồn: Heritage)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Tây Ban Nha năm 2023 đạt hơn 423,22 tỷ USD và nhập khẩu đạt gần 470,33 tỷ USD, thâm hụt gần 47,11 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2023, Tây Ban Nha xuất khẩu 96,89 tỷ USD, nhập khẩu đạt hơn 107,80 tỷ USD, thâm hụt hơn 10,91 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Tây Ban Nha hầu như ở trạng thái thâm hụt trong suốt giai đoạn 2018 – 2023. Mức thâm hụt lớn nhất rơi vào năm 2022 (khoảng 87,73 tỷ USD). Nói riêng về hàng hóa, cán cân của Tây Ban Nha luôn ở tình trạng thâm hụt. Còn về dịch vụ, trong giai đoạn 2018-2023, cán cân đều chỉ xuất siêu vào năm 2019 với 2 năm gần đây, những năm còn lại đều trong trạng thái thặng dư.

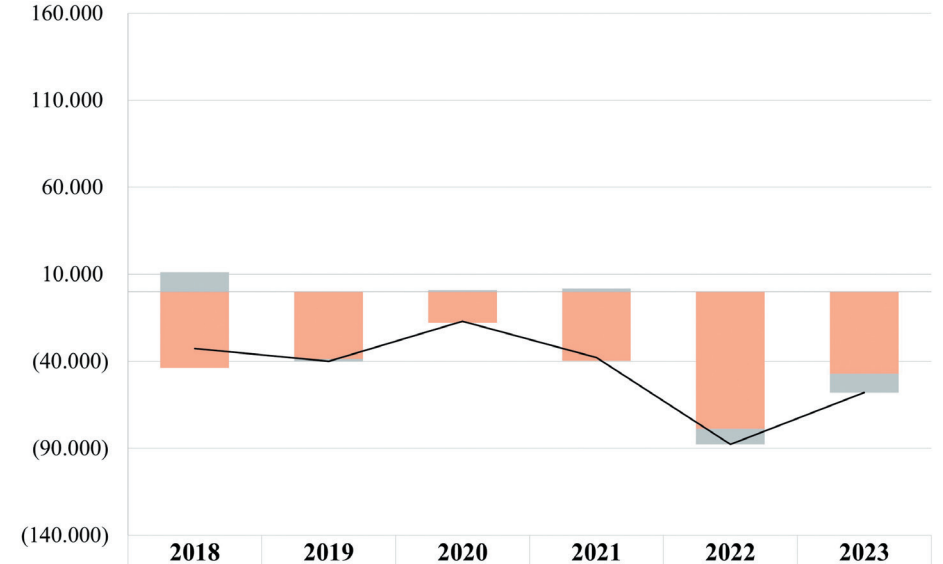
Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Tây Ban Nha giai đoạn 2018 - 2023

(Nguồn: WTO) ĐVT: triệu USD



Cán cân thương mại của Tây Ban Nha giai đoạn 2018 – 2023

(Nguồn: WTO) ĐVT: triệu USD

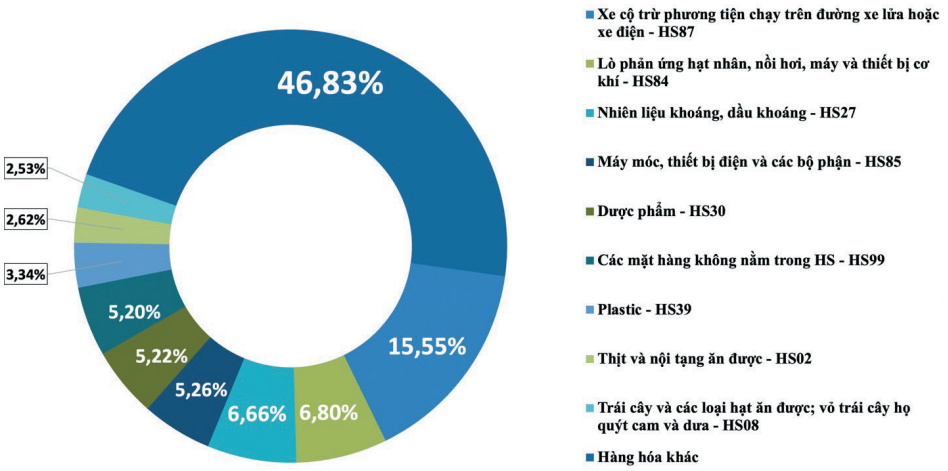


	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Dịch vụ	11.159	(1.191)	896	1.947	(8.935)	(10.914)
Hàng hóa	(43.808)	(38.732)	(17.875)	(39.731)	(78.797)	(47.107)
Tổng	(32.649)	(39.923)	(16.979)	(37.784)	(87.732)	(58.021)

Năm 2023, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Tây Ban Nha được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Tây Ban Nha năm 2023

(Nguồn: Trademap)



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Tây Ban Nha bao gồm:

1. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 15,55% tổng lượng xuất khẩu)

2. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 6,80% tổng lượng xuất khẩu)

3. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 6,66% tổng lượng xuất khẩu)

4. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 5,26% tổng lượng xuất khẩu)

5. Dược phẩm (chiếm 5,22% tổng lượng xuất khẩu)

Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Tây Ban Nha nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng (chiếm 14,55% tổng lượng nhập khẩu).

2. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện (chiếm 10,57% tổng lượng nhập khẩu).

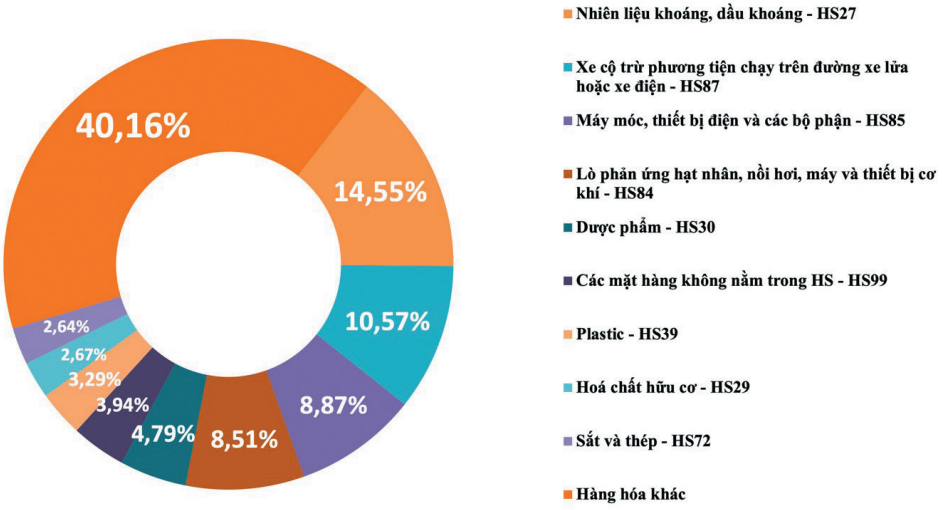
3. Máy móc, thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 8,87% tổng lượng nhập khẩu).

4. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí (chiếm 8,51% tổng lượng nhập khẩu).

5. Dược phẩm (chiếm 4,79% tổng lượng nhập khẩu).

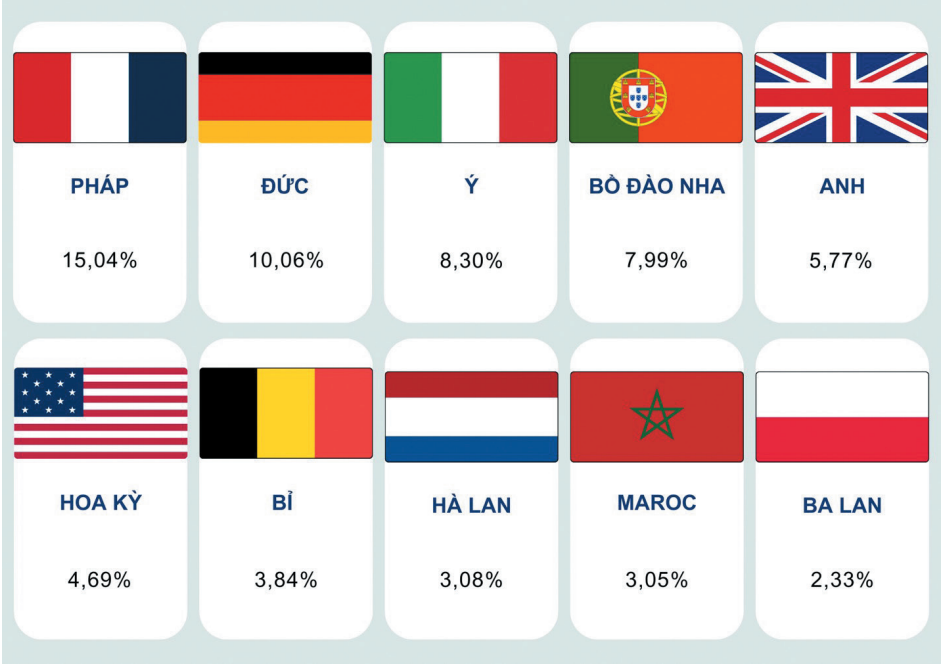
Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Tây Ban Nha năm 2023

(Nguồn: Trademap)



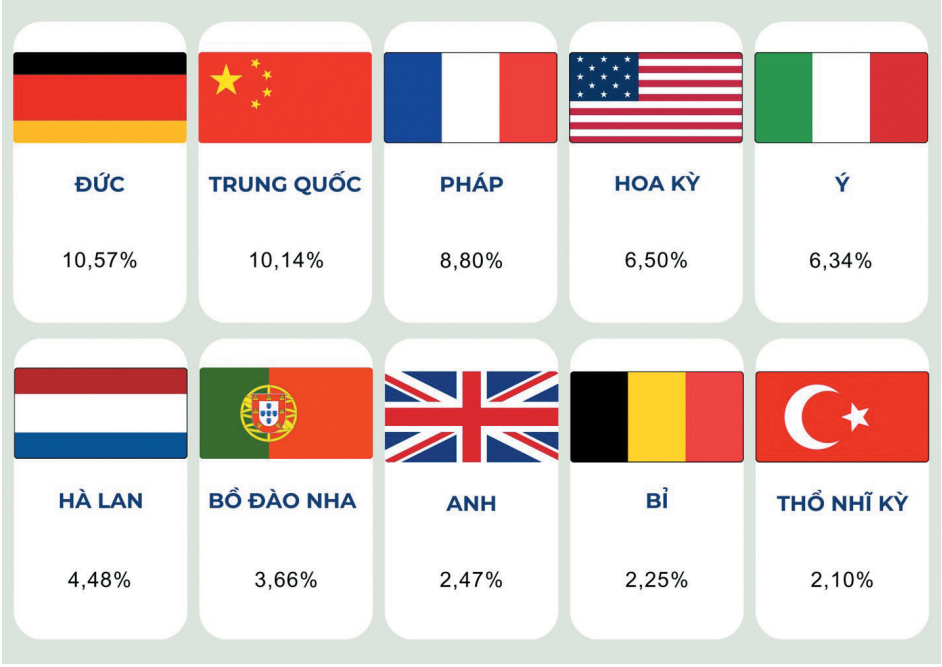
Các thị trường xuất khẩu chính của Tây Ban Nha năm 2023

(Nguồn: Trademap)



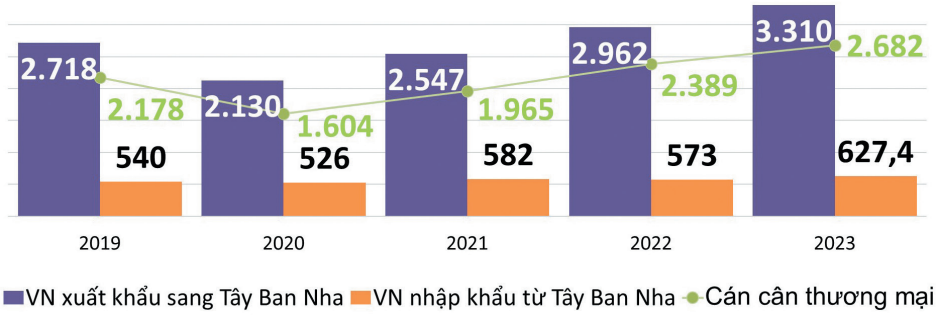
Các thị trường nhập khẩu chính của Tây Ban Nha năm 2023

(Nguồn: Trademap)



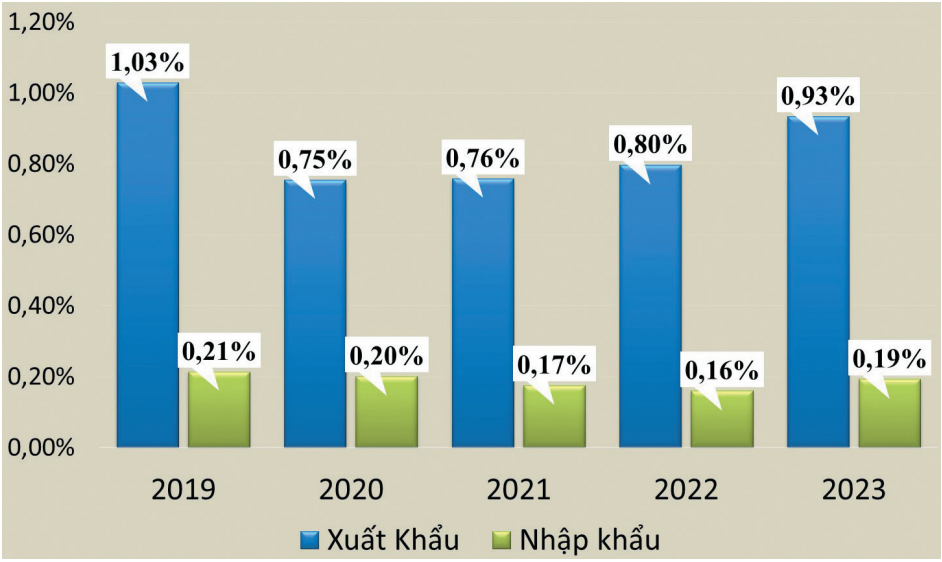
Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Tây Ban Nha giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Tây Ban Nha so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2019 - 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 21 vào thị trường Tây Ban Nha và là đối tác đứng thứ 64 nhập khẩu hàng hóa từ Tây Ban Nha. Tây Ban Nha hiện là đối tác thương mại thứ 8 của Việt Nam trong EU, Việt Nam là đối tác thương mại lớn thứ nhất của Tây Ban Nha trong ASEAN.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2023 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Tây Ban Nha đạt 3,94 tỷ USD, tăng 11,4% so với năm 2022. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Tây Ban Nha đạt 627,4 triệu USD, tăng 9,5% so với năm 2022, chiếm 0,93% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Tây Ban Nha đạt 3,3 tỷ USD, tăng 11,7% so với cùng kì, chiếm 0,19% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Trong suốt giai đoạn 2019 - 2023, cán cân thương mại hàng hóa của Việt Nam luôn xuất siêu với mức thặng dư hơn 1,60 tỷ USD; trong đó, mức thặng dư lớn nhất rơi vào năm 2023 với giá trị là 2,68 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu nước ta sang nước bạn có xu hướng tăng dần từ năm 2020, với tỷ lệ tăng trung bình là 6,5% mỗi năm. Tương tự với kim ngạch nhập khẩu từ nước bạn với tỷ lệ trung bình là 4,0%.

Trong 6 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Tây Ban Nha đạt gần 2,29 tỷ USD tăng 17,4%, trong đó xuất khẩu đạt xấp xỉ 1,97 tỷ USD tăng 20,7%, nhập khẩu là 0,32 tỷ USD tăng 0,4%, xuất siêu tiếp tục được duy trì ở mức cao là 1,65 tỷ USD. Đây tiếp tục là mức tăng trưởng xuất khẩu khả quan. Ngoài ra, Việt Nam luôn duy trì là một trong những nước có thị phần và kim ngạch xuất khẩu lớn nhất khu vực châu Á sang Tây Ban Nha, chỉ xếp sau các đối tác vốn được xem là chiến lược của Tây Ban Nha như Trung Quốc, Ấn Độ, và Nhật Bản, xếp trên tất cả các nước ASEAN khác.

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG TÂY BAN NHA

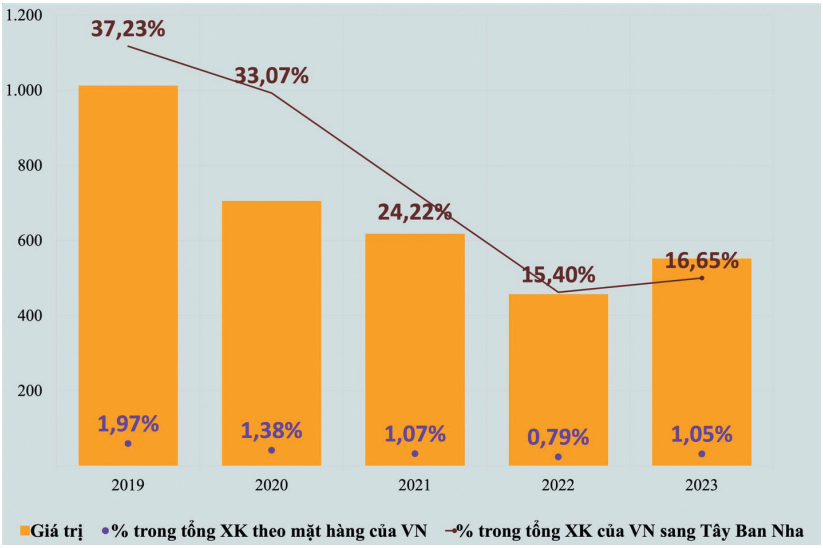
Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Tây Ban Nha năm 2023

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: Triệu USD

Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Tây Ban Nha trong giai đoạn 2019 - 2023 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, năm 2023, xuất khẩu mặt hàng này sang Tây Ban Nha đạt 551,19 triệu USD, tăng 20,84% so với cùng kì năm 2022, chiếm 16,65% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Tây Ban Nha chiếm 1,05% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Năm 2023 đánh dấu sự kết thúc của chuỗi sụt giảm của giai đoạn 2020-2022.

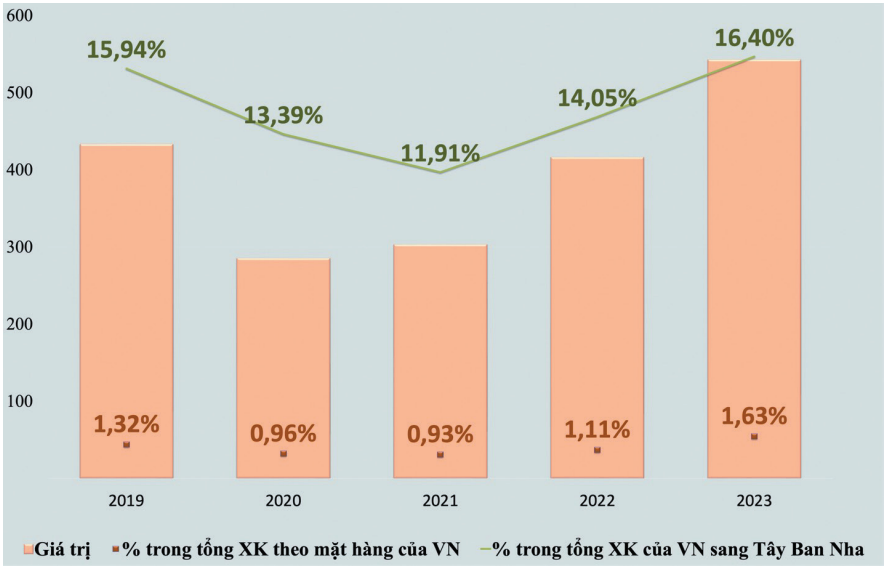
Kim ngạch xuất khẩu điện thoại các loại và linh kiện của Việt Nam sang Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu hàng dệt, may của Việt Nam sang Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD

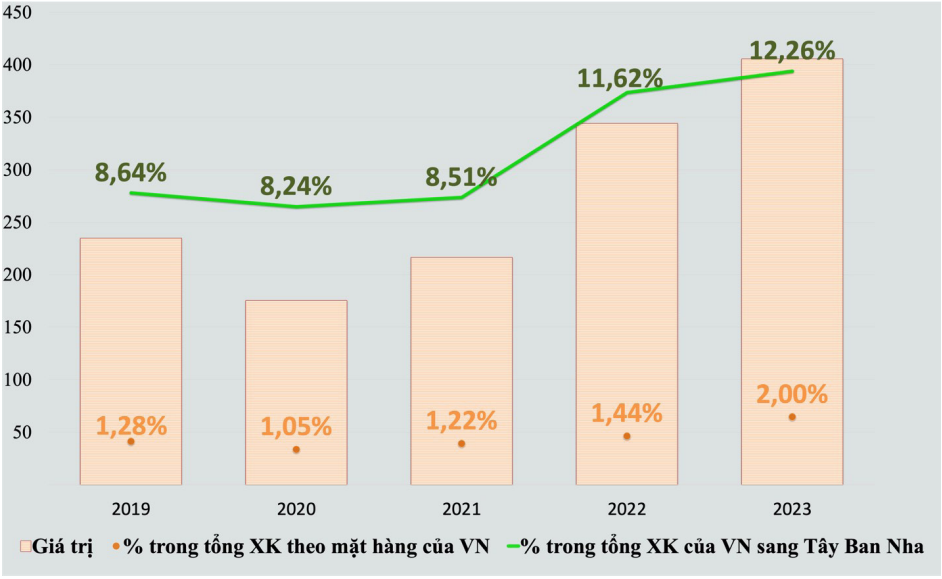


Tiếp theo là mặt hàng dệt, may đạt 542,79 triệu USD vào năm 2023, tăng 30,42% so với năm 2022, chiếm 16,40% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 1,63% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Từ năm 2021 trở đi, kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này sang thị trường Tây Ban Nha có xu hướng tăng, với tỷ lệ tăng trưởng bình quân mỗi năm là 6,63%.

Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Tây Ban Nha năm 2023 là giày dép các loại, đạt 405,63 triệu USD, tăng 17,83% so với cùng kì 2022, chiếm 12,26% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm 2,00% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Tương tự dệt, may, mặt hàng giày dép các loại có kim ngạch xuất khẩu bật tăng trở lại từ năm 2021 trở đi.

Kim ngạch xuất khẩu giày dép các loại của Việt Nam sang Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Trong năm 2023, có rất nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha ghi nhận được sự tăng lên về kim ngạch so với năm 2022, cụ thể là các mặt hàng: đồ chơi, dụng cụ thể thao và bộ phận (110,76%, tăng mạnh nhất trong tất cả các mặt hàng), gạo (110,54%), gạo (110,54%), sản phẩm từ cao su (65,16%), túi xách, ví, vali, mũ, ô dù (46,27%)... Tuy nhiên, cũng có một số mặt hàng có lượng kim ngạch giảm như hàng thủy sản (-29,97%), sản phẩm từ sắt thép (-19,49%), cao su (-18,68%), đá quý, kim loại quý (-12,03%),...

XU HƯỚNG TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI TÂY BAN NHA

Tọa đàm doanh nghiệp Việt Nam – Tây Ban Nha.

Hành vi mua sắm của người tiêu dùng tại Tây Ban Nha đã thay đổi kể từ khi thị trường địa phương trải qua những thay đổi đáng kể trong và sau khi đại dịch COVID-19 bùng phát. Những thay đổi này đã tác động đến nhiều lĩnh vực, bao gồm nhân khẩu học của người tiêu dùng, lựa chọn mua sắm, phương thức thanh toán, v.v.

➢ Các phương tiện truyền thông mà người tiêu dùng Tây Ban Nha quan tâm khi tìm kiếm sản phẩm

Khi phân tích quá trình ra quyết định mua hàng của người Tây Ban Nha, 50% quyết định được đưa ra tại thời điểm mua hàng, tại cửa hàng. Báo cáo của Retail Factory xác nhận rằng phương tiện truyền thông đại chúng vẫn tiếp tục có ảnh hưởng nhất khi lựa chọn sản phẩm hoặc dịch vụ (với tỷ lệ 80%), mặc dù phương tiện truyền thông kỹ thuật số ngày càng có ảnh hưởng (với tỷ lệ 73%).

Truyền hình vẫn là phương tiện có ảnh hưởng mạnh mẽ ở Tây Ban Nha và người Tây Ban Nha có thói quen khám phá các sản phẩm mới thông qua quảng cáo trên TV. Tuy nhiên, người Tây Ban Nha cũng là những người nghe radio cuồng nhiệt, với 60% trong số họ dành ít nhất 2 giờ mỗi ngày để nghe nhạc và chương trình radio.

Mua sắm trên thiết bị di động, nói riêng, chiếm gần 40% tổng doanh số thương mại điện tử, với các mặt hàng thời trang chiếm tỷ lệ lớn nhất trong tất cả các giao dịch mua hàng trực tuyến. Thương mại điện tử có nhiều khả năng vì có khoảng 40 triệu người trực tuyến tại quốc gia này. Người Tây Ban Nha chi trung bình 460 euro trên internet.

Người Tây Ban Nha đánh giá cao các sản phẩm quốc gia, mức độ phổ biến của thương hiệu không quan trọng, chính những người trẻ tuổi thúc đẩy xu hướng này, họ tìm kiếm các sản phẩm mới và không bị chi phối bởi lòng trung thành.

- **Tăng cường tiêu dùng bền vững và tiêu dùng có trách nhiệm**

Người tiêu dùng Tây Ban Nha ngày càng quan tâm đến các vấn đề môi trường và bền vững. Họ ưa chuộng các sản phẩm hữu cơ, sản phẩm có nguồn gốc địa phương và các thương hiệu cam kết giảm thiểu tác động đến môi trường. Ngoài ra ở quốc gia này, người tiêu dùng còn hình thành nhiều trào lưu hướng đến việc giảm tiêu thụ nhựa và các sản phẩm gây hại cho môi trường. Tiêu dùng có trách nhiệm đang phát triển ở Tây Ban Nha. Số lượng người tiêu dùng tìm kiếm các sản phẩm có trách nhiệm hơn, khả năng truy xuất nguồn gốc và chất lượng tốt hơn đang tăng lên.

- **Khách hàng Tây Ban Nha có xu hướng gia tăng mua sắm trực tuyến**

Trong những năm gần đây, xu hướng mua sắm trực tuyến đã trở thành một phần quan trọng trong thói quen tiêu dùng của người dân Tây Ban Nha. Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử đã thúc đẩy thay đổi đáng kể trong cách thức và tần suất mua sắm. Đặc biệt, đại dịch COVID-19 đã đóng vai trò như một yếu tố tăng tốc, làm nổi bật sự chuyển dịch này. Khi các biện pháp giãn cách xã hội và hạn chế đi lại được áp dụng, người tiêu dùng Tây Ban Nha buộc phải tìm kiếm các phương thức mua sắm thay thế an toàn và thuận tiện hơn. Sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử, nhờ vào cải tiến công nghệ, dịch vụ giao hàng nhanh và các chiến lược marketing trực tuyến hiệu quả, đã làm cho việc mua sắm trực tuyến trở nên dễ dàng và phổ biến hơn. Những yếu tố trên đã dẫn đến sự gia tăng nhanh chóng trong việc sử dụng các nền tảng trực tuyến như Amazon, El Corte Inglés, và các trang web thương mại điện tử khác. Có 43,9 triệu người dùng Internet ở Tây Ban Nha, khiến thương mại điện tử trở thành một thị trường khổng lồ. Giá trị thị trường thương mại điện tử ước tính là 27 tỷ đô la vào năm 2021 và các mặt hàng thời trang được mua nhiều nhất trên Internet (ecommerceDB). Tây Ban Nha đã áp dụng mua sắm trên thiết bị di động, ước tính chiếm 73% doanh số thương mại điện tử vào năm 2021 (Ditrendia). Ngay cả khi các sản phẩm nhập khẩu được tiêu thụ rộng rãi ở

Tây Ban Nha, các sản phẩm quốc gia lấy cảm hứng từ văn hóa Tây Ban Nha (ví dụ như bao bì) thường được ưa chuộng hơn.

➢ Ưu tiên sử dụng các sản phẩm có lợi cho sức khỏe và thể hình

Sức khỏe và thể hình trở thành mối quan tâm lớn hơn trong tiêu dùng Tây Ban Nha. Người tiêu dùng Tây Ban Nha ngày càng nhấn mạnh việc lựa chọn thực phẩm và đồ uống không chỉ ngon miệng mà còn có lợi cho sức khỏe, dẫn đến sự gia tăng đáng kể trong việc tiêu thụ các sản phẩm hữu cơ, thực phẩm chức năng và các loại đồ uống bổ dưỡng như nước ép tự nhiên và đồ uống protein. Đồng thời, nhu cầu về các sản phẩm thể thao và dịch vụ liên quan đến thể dục cũng đang tăng mạnh. Các phòng tập gym, lớp học yoga, và dịch vụ huấn luyện cá nhân trở nên phổ biến hơn, phản ánh sự quan tâm ngày càng lớn đối với việc duy trì một lối sống năng động và khỏe mạnh. Ngành công nghiệp chăm sóc sức khỏe cũng chứng kiến sự phát triển nhanh chóng, với sự xuất hiện của nhiều sản phẩm bổ sung dinh dưỡng và thiết bị theo dõi sức khỏe nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng. Sự thay đổi này không chỉ thể hiện sự chuyển mình trong cách người Tây Ban Nha tiếp cận sức khỏe cá nhân mà còn mở ra cơ hội mới cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực thực phẩm chức năng và thể dục..

➢ Các sản phẩm lựa chọn phổ biến của người tiêu dùng ở Tây Ban Nha

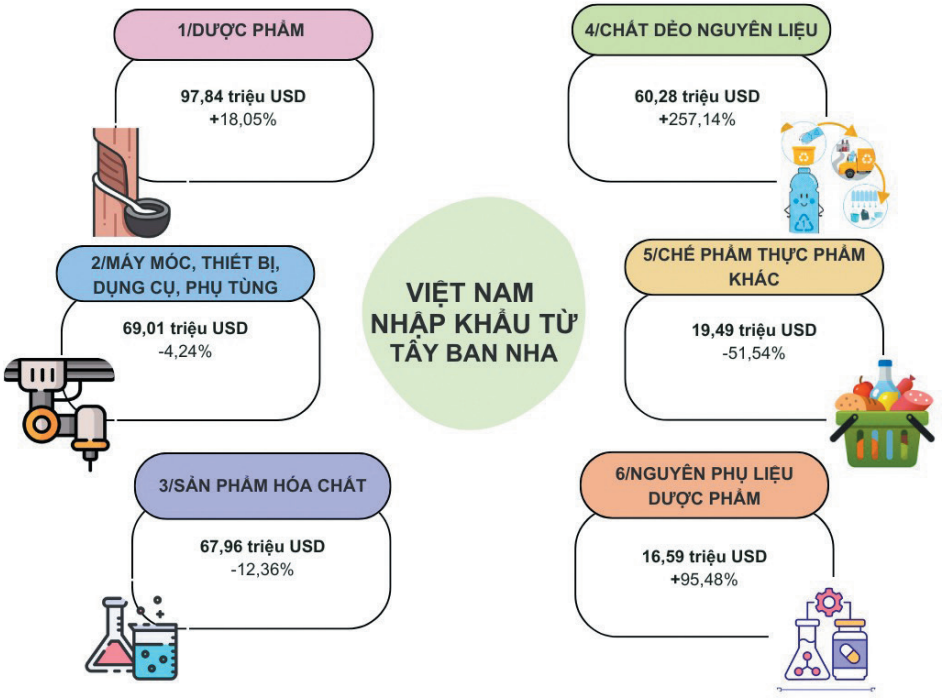
Các mặt hàng thời trang và công nghệ đứng đầu danh sách mua sắm ở Tây Ban Nha. Nhưng khi nói đến các tính năng và ưu tiên của sản phẩm, người tiêu dùng Tây Ban Nha dường như đặc biệt quan tâm đến yếu tố môi trường và kiểm soát giá cả. Đó là hai động lực lớn của người tiêu dùng vào năm 2022 và là yếu tố quyết định mua hàng.

Trung bình, người Tây Ban Nha mua sắm từ 2 đến 3 lần một tuần, mặc dù khoảng 50% doanh số diễn ra vào cuối tuần. Trung bình, người Tây Ban Nha chi 328 euro mỗi tháng cho thực phẩm và 554 euro mỗi năm cho các mặt hàng thời trang (Mordor Intelligence, 2020).

MỘT SỐ SẢN PHẨM NHẬP KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM TỪ TÂY BAN NHA

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Tây Ban Nha năm 2023

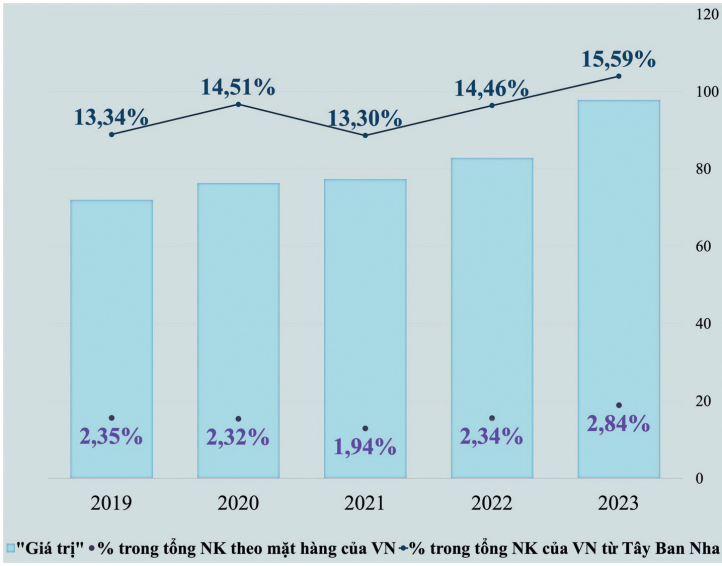
(Nguồn: Trade Map)



Năm 2023, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Tây Ban Nha là mặt hàng dược phẩm, đạt 97,84 triệu USD, tăng 18,05% so với cùng kì của năm 2022, chiếm 15,59% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 2,84% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Nhìn chung, trong giai đoạn 2019-2023, chỉ duy nhất năm 2019 ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu mặt hàng này.

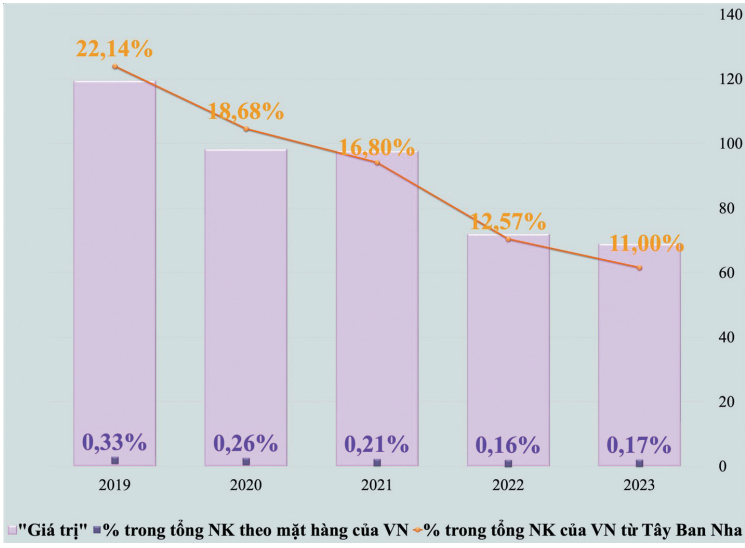
Kim ngạch nhập khẩu dược phẩm của Việt Nam từ Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng của Việt Nam từ Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD

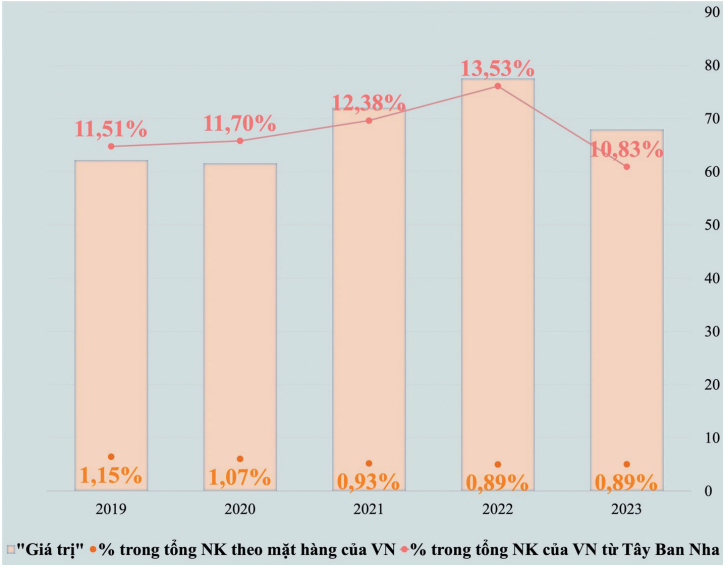


Tiếp theo là mặt hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác có kim ngạch đạt 69,01 triệu USD vào năm 2023. Tỷ lệ giảm là 4,24% so với năm 2022, chiếm 11,00% tổng nhập khẩu từ Tây Ban Nha, chiếm khoảng 0,17% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Ngược lại với dược phẩm, kim ngạch của mặt hàng này chỉ tăng vào năm 2019.

Mặt hàng sản phẩm hóa chất đứng vị trí thứ 3, đạt 67,96 triệu USD năm 2023, giảm 12,36% so với cùng kì năm 2022, chiếm 10,83% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 0,89% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Nhìn chung trong giai đoạn 2019 - 2023, kim ngạch của mặt hàng này tăng giảm không ổn định với tỷ lệ trung bình là 0,24%.

Kim ngạch nhập khẩu sản phẩm hóa chất của Việt Nam từ Tây Ban Nha

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan) ĐVT: triệu USD



Trong năm 2023, các mặt hàng nhập khẩu của Việt Nam từ Tây Ban Nha đều ghi nhận cả hai tăng trưởng cũng như giảm sút về kim ngạch so với năm 2022. Trong đó, các mặt hàng ghi nhận sự tăng trưởng về kim ngạch nhập khẩu là: chất dẻo nguyên liệu (mặt hàng tăng mạnh nhất với tỷ lệ tăng trưởng là 257,14%), nguyên phụ liệu dược phẩm (95,48%), thức ăn gia súc, nguyên liệu (44,64%),... trong khi đó, một số mặt hàng có ghi nhận sự sụt giảm về kim ngạch nhập khẩu như linh kiện, phụ tùng ô tô (-65,60%), chế phẩm thực phẩm khác (-51,54%), hoá chất (-23,81%),...

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ TÂY BAN NHA

Theo thống kê của Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam, lũy kế các dự án FDI còn hiệu lực đến tháng 6/2023, Tây Ban Nha có tổng số 92 dự án với tổng số vốn đăng ký là 143,71 triệu USD, đứng thứ 36 trong số 147 quốc gia và vùng lãnh thổ có FDI tại Việt Nam. Con số này tuy đã được cải thiện đáng kể so với cùng kỳ năm 2022 nhưng vẫn còn khiêm tốn so với tiềm năng, thế mạnh và ưu tiên hợp tác của hai nước thời gian qua.

Đối với TPHCM, Tây Ban Nha là một trong những đối tác thương mại và đầu tư quan trọng và còn rất nhiều tiềm năng để phát triển. Kim ngạch thương mại song phương năm 2023 đạt hơn 300 triệu USD. Về hợp tác, TPHCM đã ký kết hợp tác với TP Sevilla và TP Barcelona.

NHỮNG THUẬN LỢI CƠ HỘI VÀ KHÓ KHĂN THÁCH THỨC ĐỐI VỚI HÀNG VIỆT TẠI THỊ TRƯỜNG TÂY BAN NHA

Cà phê là một trong những mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang Tây Ban Nha.

CƠ HỘI - THUẬN LỢI

Việt Nam đã vươn lên là một trong những nước có thị phần và kim ngạch xuất khẩu lớn nhất khu vực châu Á sang thị trường Tây Ban Nha, chỉ xếp sau Trung Quốc, đứng ngang hàng với HongKong và xếp trên cả Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc và Ấn Độ. Với lợi thế từ Hiệp định EVFTA, dư địa để hàng Việt Nam xâm nhập vào thị trường Tây Ban Nha còn rất lớn, bởi các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam có giá trị lớn nhất sang thị trường này. Chẳng hạn, điện thoại các loại và linh kiện, hàng dệt may, giày dép các loại, máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng, cà phê, đồ chơi, thiết bị trò chơi và dụng cụ thể thao, đồ nội thất, hàng du lịch và da thuộc, các chế phẩm từ động vật thịt cá, cao su và các sản phẩm cao su...

Tây Ban Nha là thị trường tiêu thụ lớn cho tất cả các ngành hàng tiêu dùng xuất khẩu của Việt Nam vì quy mô dân số đông trên 47 triệu người và thu nhập bình quân khá cao (khoảng 36.700 USD/năm). Tây Ban Nha cũng là thị trường giàu tiềm năng cho tiêu thụ

nội địa trực tiếp các sản phẩm nông thủy sản và rau quả nhiệt đới của nước ta, nhất là các sản phẩm trái vụ và các sản phẩm thô là đầu vào phù hợp cho nền công nghiệp chế biến thực phẩm xuất khẩu rất phát triển tại Tây Ban Nha.

Ngoài ra, Tây Ban Nha còn có vị trí địa lý thuận tiện là "cửa ngõ" trung chuyển hàng hóa đi Bắc Phi và thị trường châu Mỹ Latin, trong đó có các ngành hàng nông sản như gạo, hạt tiêu, hạt điều và thực phẩm chế biến.

Việt Nam là nguồn cung cà phê lớn nhất cho Tây Ban Nha, đạt 113.550 tấn, trị giá xấp xỉ 269 triệu euro (tương đương 287 triệu USD), tăng 21,6% về lượng và tăng 78,9% về trị giá so với năm 2021. Đặc biệt, Việt Nam là nguồn cung cà phê lớn nhất (tính theo lượng) cho Tây Ban Nha, đạt 113.550 tấn, trị giá xấp xỉ 269 triệu euro (tương đương 287 triệu USD), tăng 21,6% về lượng và tăng 78,9% về trị giá so với năm 2021. Thị phần cà phê của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Tây Ban Nha từ thị trường thế giới tăng lên 30,16%.

KHÓ KHĂN - THÁCH THỨC

Chất lượng hàng hóa, nông sản xuất sang Tây Ban Nha là một vấn đề. Bộ Y tế Tây Ban Nha phát hiện ít nhất 8 trường hợp lô hàng nông sản của các doanh nghiệp Việt Nam có chất gây bệnh, chất cấm vượt quá mức cho phép hiện hành của EU, bao gồm: cà phê, nước sốt tiêu, khô xoài, dừa quả, vải thiều, hạt điều, gạo, bột cà ri và mỳ ăn liền. Do đó phía bạn đã áp dụng biện pháp tăng cường kiểm soát với các lô hàng tiếp theo ngay tại cảng đến sở tại.

Những rủi ro khi mua bán nông sản Việt với các doanh nghiệp của nước ta khi làm ăn với đối tác Tây Ban Nha. Cụ thể, doanh nghiệp Tây Ban Nha này viện lý do hàng của doanh nghiệp Việt không bảo đảm chất lượng tại cảng đến, hoặc bị lâm vào tình trạng thua lỗ do giá thị trường sở tại sụt giảm. Thế nên, doanh nghiệp đã không thực hiện đúng theo hợp đồng mua bán, chậm trễ và chây ì trong thanh toán nốt tiền hàng. Thực tế này đã gây khó khăn, tổn hại thời gian, chi phí lưu kho và phải kéo hàng về đối với doanh nghiệp nước ta. Để tránh rủi ro trong xuất khẩu, Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha cảnh báo doanh nghiệp trong nước cần lưu ý khi ký kết thực hợp đồng mua bán với công ty này. Đồng thời, đề xuất doanh nghiệp trong nước tăng cường phối hợp với Thương vụ trong xác minh doanh nghiệp sở tại trước khi đi đến ký kết thực hợp đồng mua bán.

Tây Ban Nha cũng là nước chú trọng phát triển nông nghiệp, đánh bắt, nuôi trồng chế biến thủy hải sản xuất khẩu. Các nông thủy sản, rau quả kể cả tươi sống và chế biến của Tây Ban Nha được xuất khẩu đi khắp thế giới, nhất là tiêu thụ trong khối EU.Vì thế, đối với nhóm hàng này, Việt Nam chỉ có thể xuất khẩu sang thị trường Tây Ban Nha các

nông thủy sản đặc thù nhiệt đới. Nói cách khác, Tây Ban Nha là thị trường ngách để tránh đụng hàng như: cá basa, tôm nước ấm, thanh long, mít, dừa, rau thơm.

Thời gian qua có một số vấn đề liên quan đến việc thực hiện hợp đồng mua bán ngoại thương giữa doanh nghiệp hai nước như: mâu thuẫn, tranh chấp đối với mặt hàng hạt điều và sản phẩm thép đúc đối trọng, chủ yếu liên quan đến vi phạm trong thực hiện các điều khoản hợp đồng về thời hạn giao hàng và thanh toán, bên thanh toán chi phí kiểm định hàng hóa và lưu kho cảng, đảm bảo yêu cầu kỹ thuật, chất lượng hàng hóa. Đáng lưu ý, doanh nghiệp Việt Nam còn chưa chặt chẽ trong việc đưa vào hợp đồng mua bán điều khoản có lợi cho mình về "Cơ quan trọng tài quốc tế".

Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản như: cá ngừ, tôm, mực vào thị trường EU nói chung và thị trường Tây Ban Nha nói riêng, doanh nghiệp cần lưu ý đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật về an toàn vệ sinh thực phẩm. Từ khâu đánh bắt, bảo quản cho đến khâu chế biến, chuyên chở để không vi phạm các quy định an toàn thực phẩm hiện hành của EU/Tây Ban Nha.

EU nói chung và Tây Ban Nha nói riêng cũng đang ngày càng quan tâm đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong sản xuất xuất khẩu hàng hóa của nước thứ ba. Đơn cử, người chủ doanh nghiệp sử dụng lao động phải cam kết bảo đảm điều kiện làm việc tiêu chuẩn cho công nhân, đảm bảo sản xuất an toàn về con người và về bảo vệ môi trường và nhất là không được sử dụng lao động cưỡng bức hay lao động trẻ em. Mặt khác, doanh nghiệp phải tăng cường theo dõi và kịp thời cập nhật khuyến cáo liên quan về các các yêu cầu kỹ thuật, các trường hợp có thông báo vi phạm các yêu cầu kỹ thuật, kiểm dịch, an toàn môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm của các lô hàng xuất khẩu của Việt Nam đến Tây Ban Nha.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

- **Đại sứ quán Việt Nam tại Tây Ban Nha**
  Địa chỉ: Avenida de Alfonso XIII, 54, 28016 Madrid, Tây Ban Nha
  Điện thoại: (+34) 91 510 28 67
  Fax: (+34) 91 415 70 67
  Email: embavietnam.madrid@yahoo.com
  Website: https://vnembassy-madrid.mofa.gov.vn
  Facebook: https://www.facebook.com/VNEmbinSpain

- **Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha (Kiêm nhiệm Bồ Đào Nha)**
  Địa chỉ: Paseo de la Castellana, 166, Esc 2, 2do, Izq, 28046, Madrid, Spain
  Điện thoại: (+34) 91 345 05 19
  Fax: (+34) 91 345 04 96
  Email: espa@moit.gov.vn
  Fb: https://www.facebook.com/EmbajadaEspVietnam

- **Đại sứ quán Tây Ban Nha tại thủ đô Hà Nội**
  Địa chỉ: Số 4 Lê Hồng Phong, quận Ba Đình, Hà Nội
  Điện thoại: 024-37715207/8/9 Fax: 024-37715206
  Website: https://www.exteriores.gob.es
  Email: emb.hanoi@maec.es

- **Tổng Lãnh sự quán Tây Ban Nha tại Thành phố Hồ Chí Minh**
  Địa chỉ: Phòng 2101 & 2102, tòa nhà Saigon Trade Center, số 37 đường Tôn Đức Thắng, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM
  Điện thoại: 028-39102284
  Email: dominguez@asiattorneys.com

- **Phòng Thương mại Tây Ban Nha tại Việt Nam**
  Địa chỉ: Tầng 16, Tòa nhà Bitexco Financial, Số 2 Đường Hải Triều, Q.1, TP.HCM
  Điện thoại: (+84) 28 3825 1939
  Email: info@spanishchambervn.com
  Website: spanishchambervn.com
  Facebook: https://www.facebook.com/spanishchambervn
  LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/spanishchambervn

CÁC SỰ KIỆN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NỔI BẬT TẠI TÂY BAN NHA

Thời gian	Tên sự kiện	Địa điểm	Lĩnh vực ngành hàng - Quy mô
05 – 07/11/2024	Smart City Expo World Congress 2024	**Fira Barcelona Gran Via, Barcelona**	Thực phẩm & Đồ uống Xây dựng & Xây dựng CNTT 25.000 lượt khách tham quan, 1.000 nhà triển lãm
14 – 16/1/2025	Barcelona Textile Expo	**Fira Barcelona Montjuic, Barcelona**	Trang phục & Phụ kiện 20.000 - 50.000 lượt khách tham quan, hơn 500 nhà triển lãm
04 – 07/2/2025	Integrated Systems Europe	**Fira Barcelona Gran Via, Barcelona**	Điện & Điện tử CNTT & Công nghệ
22 – 24/2/2025	Cosmobeauty Barcelona	**Barcelona International Convention Center (CCIB), Barcelona**	Thời trang & Làm đẹp Sức khỏe & Thể hình 20.000 khách tham quan, 200 nhà triển lãm

24 – 28/2/2025	Cevisama Expo	**Valencia Fair, Valencia**	Xây dựng & Thi công 90.572 Khách tham quan, 838 Nhà triển lãm
03 – 06/3/2025	GSMA MWC Barcelona	**Fira Barcelona Gran Via, Barcelona**	Viễn thông & Công nghệ 2.000 – 5.000 đại biểu
28 – 30/3/2025	B-Travel	**Fira Barcelona Montjuic, Barcelona**	Du lịch & Lữ hành 35.941 Khách tham quan, 200 Nhà triển lãm
07 – 10/4/2025	Salon Gourmets	**IFEMA - Madrid Trade Fair, Madrid**	Thực phẩm & Đồ uống 107.050 Khách tham quan, 2.023 Nhà triển lãm
23 – 27/4/2025	Barcelona Bridal Fashion Week	**Barcelona Fair, Barcelona**	Thời trang & Làm đẹp 23.000 lượt khách tham quan 379 nhà triển lãm
21 – 24/5/2025	SIMA	**IFEMA - Madrid Trade Fair, Madrid**	Xây dựng & Thi công 8,500 lượt khách tham quan 100 nhà triển lãm

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.hochiminhcity.gov.vn