



SUDESTE ASIÁTICO

MISIÓN COMERCIAL

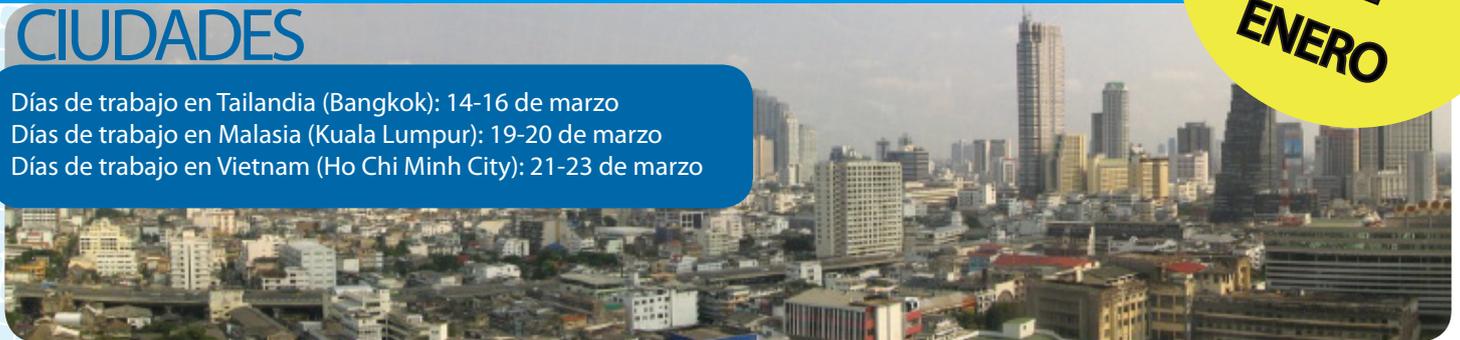
14 - 23 de marzo de 2018

Inscripciones

31
ENERO

CIUDADES

Días de trabajo en Tailandia (Bangkok): 14-16 de marzo
Días de trabajo en Malasia (Kuala Lumpur): 19-20 de marzo
Días de trabajo en Vietnam (Ho Chi Minh City): 21-23 de marzo



¿Por qué Tailandia?

Tailandia tiene en la actualidad 64,9 millones de habitantes. Es el tercer mercado del Sudeste asiático por tamaño y el segundo por rango de PIB (real y por paridad de poder adquisitivo). El FMI prevé un crecimiento del PIB del 3,5% para 2018 y del 3,4% para 2019.

El mercado tailandés constituye además una puerta de entrada a terceros mercados, ya que el país es miembro de la ASEAN, y ha firmado tratados de libre comercio en el marco de esta Asociación, acuerdos bilaterales AFTA, con China, Japón, la India, Australia, Nueva Zelanda, y Chile, aparte de encontrarse en negociaciones para firmar un ALC con la Unión Europea. Todo esto representa una oportunidad de penetrar estos mercados sin tener que someterse a la exigente normativa de implantación.

Entre los sectores más interesantes para la exportación española podemos destacar dos grandes grupos, por un lado, el equipamiento del sector exportador tailandés, que todavía necesita tecnología y semi-manufacturas para desarrollarse: equipamiento médico, biotecnología, agroindustria, automoción, sector naval (yates), turismo, software y servicios y por otro, los grandes proyectos de infraestructura, como energías renovables, medioambiente, transportes, renovación y mantenimiento de vehículos, control de disturbios, sistemas de vigilancia, informatización, ayuda en desastres, equipos de manipulación de fluidos.

potencial, como: maquinaria y bienes de equipo en una amplia gama, incluyendo material de transporte (ferrocarriles), energía incluida la renovable, medioambiente, etc., transporte (ferrocarriles), energía incluida la renovable, medioambiente, etc., equipos y suministros para defensa y seguridad, equipamiento para la industria de Oils&Gas, biotecnología y farmacia, equipos médicos y sanitarios, tecnologías de la información para múltiples aplicaciones, agroalimentarios y otros productos de consumo de alta calidad y equipamiento de universidades y formación profesional.

¿Por qué Vietnam?

Vietnam es el tercer país más poblado del Sudeste Asiático por detrás de Indonesia y Filipinas, con una población estimada de 89 millones de habitantes. El crecimiento del PIB estimado para 2018 es del 6,3% y del 6,2% para 2019.

El vigente Plan de Desarrollo Socio Económico 2016-2020 ha establecido los siguientes objetivos de indicadores económicos: crecimiento promedio anual del PIB del 6,5-7%; PIBpc de 2020 de 3.200-3.500 USD; Industria, Construcción y Servicios deben contribuir el 85% del PIB en 2020; Inflación anual del 5-7%; Inversión total promedio del 31% PIB; Déficit público por debajo del 4% al final del período; Reducción del consumo energético como porcentaje del PIB entre el 1 y el 1,5% anual; Tasa de urbanización de entre el 38 y el 40% en 2020 La productividad total de los factores debe contribuir al 30-35% del crecimiento económico; La productividad del trabajo debe crecer en promedio anual al 4-5%.

Desde una óptica comercial, entre los sectores con más posibilidades de venta pueden destacarse los de maquinaria y bienes industriales, los vinculados con los productos alimenticios y los inputs del sector primario, así como el de las infraestructuras de equipamiento urbano, energéticas, de transporte y comunicaciones.

Existen también enormes posibilidades en el sector servicios: ingeniería y consultoría, arquitectura, turismo, franquicias, servicios financieros. Las tecnologías de la información y comunicaciones son otro área de futuro.

Se trata todavía de un mercado incipiente para los bienes de consumo, aunque las aglomeraciones urbanas de Ciudad de Ho Chi Minh y Hanói comienzan a presentar pautas de consumo que reflejan un superior nivel de renta.

¿Por qué Malasia?

El mercado malasio es de menor tamaño absoluto que el de otros países de la región con mayor población (Indonesia, Filipinas o Tailandia). Sin embargo, el nivel de renta es superior al del resto de la Asean (salvo Singapur y Brunei) por lo que la demanda de numerosos productos es distinta, más propia de un país próximo a España que a uno en desarrollo, y en muchos casos mayor.

Dentro de Malasia hay que tener en cuenta las diferencias existentes en varios sentidos entre la Malasia peninsular, donde destacan por su considerable nivel de vida y la pujanza del consumo privado las principales ciudades como Kuala Lumpur, Penang y Johor Bahru y los dos Estados de Malasia del Este en Borneo.

Con unas previsiones de crecimiento del PIB según el FMI del 4,8% en 2018 y del 4,8% también en 2019, hay muchos sectores con demanda

Cuota de participación por empresa:

600 euros + IVA

Coste de la agenda individualizada de trabajo:

600 euros + IVA por país

Gastos de viaje: En función de la combinación escogida. Para aquellas empresas que lo deseen, la Cámara de Comercio de Zaragoza facilitará información sobre las opciones de viaje.

*** Consultar condiciones especiales para empresas aragonesas.
Acción cofinanciada con Fondos Feder.**



Normas de participación

1. ADMISIÓN DE SOLICITUDES

Requisitos:

Realizar la solicitud de inscripción online a través de la página web de la Cámara de Comercio (www.camarazaragoza.com)

Enviar el justificante de ingreso de los gastos de organización de agenda en origen y en destino.

La inscripción se considerará efectuada EN FIRME desde el momento en que la Cámara comunique a la empresa su inclusión en la acción comercial. La Cámara podrá rechazar cualquier solicitud por no cumplir las condiciones indicadas, por exceder el plazo de inscripción u otros criterios de índole comercial u organizativa.

2. PREPARACIÓN DE LA ACCIÓN

Obligaciones de la empresa participante:

Facilitar la documentación solicitada por la organización en los plazos estipulados.

Atender y responder las comunicaciones enviadas desde el organismo colaborador en destino, desde la Cámara de Comercio o desde la agencia de viajes.

Comunicar a la Cámara de Comercio las modificaciones o variaciones que se realicen en la agenda de trabajo.

Aceptar las posibles liquidaciones practicadas por derrama proporcional de los gastos colectivos imprevistos.

En el caso de optar por el viaje organizado por la Cámara de Comercio, efectuar los pagos correspondientes en las condiciones y plazos establecidos por la agencia de viajes seleccionada.

En el caso de que la empresa decida por su cuenta cancelar su participación en el plazo comprendido dentro de los 20 días anteriores al comienzo de la acción comercial, la Cámara se reserva el derecho de reintegrar cualquier importe satisfecho por la empresa. En todo caso descontará de la posible devolución el importe de los gastos que la cancelación pudiera originar.

3. DESARROLLO DE LA ACCIÓN COMERCIAL

El empresario deberá:

Respetar la agenda de contactos elaborada y entregada en destino. En caso de querer realizar alguna modificación, se deberá solicitar a la organización de la acción.

Asistir a las reuniones y eventos (si los hay) que estén programados por la organización.

Respetar las indicaciones establecidas por la organización de la acción en tema de horarios, traslados, reuniones, etc.

Cámara
Zaragoza

Javier Andonegui
Área de Internacionalización
Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza
Teléfono: 976 30 61 61 (ext. 281)
Email: jandonegui@camarazaragoza.com
www.camarazaragoza.com



UNIÓN EUROPEA