

## MỤC LỤC

<b>Chương 1:</b> Tổng quan thị trường .....	2
<b>Chương 2:</b> Môi trường chính trị - kinh tế .....	10
<b>Chương 3:</b> Kinh doanh hàng hóa và dịch vụ tại thị trường Tây Ban Nha .....	19
<b>Chương 4:</b> Quan hệ kinh tế Việt Nam – Tây Ban Nha và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu .....	34
<b>Chương 5:</b> Những quy định và tiêu chuẩn thương mại .....	50
<b>Chương 6:</b> Môi trường đầu tư .....	64
<b>Chương 7:</b> Tài trợ thương mại và dự án .....	86
<b>Chương 8:</b> Một số vấn đề cần lưu ý khi làm kinh doanh tại Tây Ban Nha .....	90

## Chương 1: Tổng quan thị trường

### Các thông tin cơ bản

**Tên nước:** Vương quốc Tây Ban Nha (Kingdoms of Spain hoặc Espana)

**Thủ đô:** Madrid

**Thủ tướng:** Ông Pedro Sánchez Pérez-Castejón (tháng 6/2018)

**Nhà Vua:** Felipe VI (từ ngày 19/6/2014)

**Quốc khánh:** Ngày 12/10

**Diện tích:** 505.370 km<sup>2</sup>

**Vị trí địa lý:** Tây Ban Nha nằm tại miền tây nam châu Âu, chiếm hầu hết (85%) bán đảo Iberia, và còn bao gồm quần đảo Baleares tại Địa Trung Hải, quần đảo Canaria tại Đại Tây Dương, và năm địa phương có chủ quyền (Plazas de soberanía) nằm trên hoặc ngoài khơi bờ biển tây bắc châu Phi: Ceuta, Melilla, Islas Chafarinas, Peñón de Alhucemas, và Peñón de Vélez de la Gomera. Đại lục Tây Ban Nha về phía đông và nam gần như hoàn toàn giáp với Địa Trung Hải (trừ một đoạn nhỏ biên giới trên bộ với Gibraltar); về phía bắc giáp Pháp, Andorra và vịnh Biscay; về phía tây giáp Đại Tây Dương và Bồ Đào Nha. Tây Ban Nha là quốc gia lớn thứ tư tại châu Âu, và có độ cao trung bình là 650 m. Trong đó, 499.542 km<sup>2</sup> là mặt đất và 5.240 km<sup>2</sup> là mặt nước

**Tài nguyên thiên nhiên:** Than đá, than non, quặng sắt, uran, thủy ngân, pyrit, fluorspar, thạch cao, kẽm, chì, wolfram, đồng, kaolin, potash, sepiolit, thủy điện, đất trồng trọt.

**Dân số:** 50.015.792 (ước tính tháng 7/2020)

**Cấu trúc dân số:** (ước tính 2020)

- 0 – 14 tuổi: 15,02% (3.861.522 nam/3.650.085 nữ)
- 15 – 24 tuổi: 9,9% (2.557.504 nam/2.392.498 nữ)
- 25 – 54 tuổi: 43,61% (11.134.006 nam/10.675.873 nữ)
- 55 – 64 tuổi: 12,99% (3.177.080 nam/3.319.823 nữ)
- Trên 65 tuổi: 18,49% (3.970.417 nam/5.276.984 nữ)

**Tỉ lệ tăng dân số:** 0,67% (ước tính 2020)

**Tỉ lệ sinh con:** 8,7 trẻ/1.000 người (ước tính 2020)

**Dân tộc:** Người Tây Ban Nha 86,4%; người Ma-rốc 1,8%; người Rumani 1,3%; các nước khác 10,5% (ước tính năm 2020)

**Khí hậu:** Do có nhiều đồi núi, khí hậu Tây Ban Nha phân hóa rất phức tạp. 3 khu vực khí hậu chính:

Khí hậu lục địa: ở những vùng đất ở sâu trong nội địa, trong đó có thủ đô Madrid.

Khí hậu Địa Trung Hải: trải dài từ đồng bằng Andalusia đến phía nam và vùng bờ biển phía đông chạy lên gần dãy núi Pyrenees, những phía núi chạy theo đường bờ biển, trong đó có thành phố Barcelona.

Khí hậu Hải dương: ở Galicia, những dải đồng bằng ven vịnh Biscay. Khu vực có khí hậu hải dương còn được gọi là Tây Ban Nha Xanh..

**Chính thể:** Quân chủ lập hiến. Tây Ban Nha là quốc gia quân chủ lập hiến. Vua là Nguyên thủ quốc gia. Quyền lập pháp thuộc các nghị sĩ Quốc hội, gồm Thượng nghị viện (Senado) và Hạ nghị viện (Congreso de los Diputados). Quyền hành pháp thuộc Hội đồng Bộ Trưởng. Tư pháp bao gồm Toà án tối cao, Toà án công luận.

**Hiến pháp:** Ngày 6 tháng 12 năm 1978

**Cơ cấu hành chính:** 17 Cộng đồng tự trị và 2 thành phố tự trị (Ceuta và Melilla).

**Ngôn ngữ:** Tiếng Tây Ban Nha Castilian (chính thức trên toàn quốc) 74%, tiếng Catalan (chính thức ở Catalonia, quần đảo Balearic và Cộng đồng người Valencia (nơi được gọi là Valencian)) 17%, tiếng Galicia (chính thức ở Galicia) 7%, tiếng Basque (chính thức ở xứ Basque và ở khu vực nói tiếng Basque của Navarre) 2%, Aranese (chính thức ở vùng tây bắc của Catalonia (Vall d'Aran) cùng với Catalan, <5.000 người nói)

**Tôn giáo:** Thiên chúa giáo La Mã 68,9%, người theo thuyết vô thần 11,3%, người theo thuyết bất khả tri 7,6%, theo các tôn giáo khác 2,8%, người không có tín ngưỡng 8,2%, không xác định 1,1% (ước tính năm 2020).

**Đơn vị tiền tệ:** Đồng Euro (EUR)

## Lịch sử

Trong thế kỷ 16 và 17, Tây Ban Nha cai trị châu Âu thông qua sự giàu có và các vùng đất thuộc địa, bao gồm các vùng lãnh thổ của Hoa Kỳ, các vùng của Ý, các thị trấn ở Bắc Phi, và một số vùng lãnh thổ của Hà Lan, Pháp, Bỉ, Đức và Luxembourg. Sự thống nhất của Tây Ban Nha mang theo một giai đoạn thăm dò, mà người Tây Ban Nha đã thực hiện bằng đường bộ và đường biển. Điều này mở ra cho các tuyến thương mại mới và làm quen với kim loại quý đang nổi lên, các cây trồng nông nghiệp mới và gia vị trong số những lãnh thổ khác. Các nhà thám hiểm Tây Ban Nha đã trở lại với kiến thức về Thế giới Mới do đó biến đổi những gì mà châu Âu tưởng tượng ra thế giới.

Trong thế kỷ 17, Tây Ban Nha đã cạn kiệt tài nguyên do xung đột tôn giáo-chính trị, với Pháp đang đạt được mặt đất và vượt qua sự lãnh đạo của Tây Ban Nha. Tuy nhiên thế kỷ 18 đã chứng kiến sự nổi dậy của Tây Ban Nha chống lại mô hình cai trị của Pháp. Các cuộc chiến tranh Napoléon đã được chiến đấu để lại Tây Ban Nha bị hủy hoại và tàn phá. Khi Tây Ban Nha không ổn định về chính trị, các thuộc địa của Tây Ban Nha tuyên bố độc lập, chấm dứt kiểm soát Tây Ban Nha đối với các thuộc địa của Mỹ.

Mặc dù khoảng thời gian xoay quanh thế kỷ 18 đã chứng kiến Tây Ban Nha với thịnh vượng ngày càng gia tăng, thế kỷ 20 đã được đánh dấu bởi cuộc nội chiến ở Tây Ban Nha. Nó nổ ra vào năm 1936 để lại 500 ngàn người chết, và hơn một nửa triệu người trốn khỏi đất nước. Tổng thống Francisco Franco, được hỗ trợ bởi phát xít Đức và Ý và chiến thắng trong chiến tranh. Sau đó đã tự lập mình làm nhà độc tài của đất nước. Dưới thời Francisco Franco, Tây Ban Nha đã đạt được tăng trưởng kinh tế to lớn, trở thành phép lạ tại Châu Âu.

Sau cái chết của Francisco Franco vào năm 1975, Juan Carlos nắm giữ vị trí của Vua Tây Ban Nha và người đứng đầu nhà nước. Từ đó, ngoài vị vua còn lại của mình, Tây Ban Nha được chọn ra một người đứng đầu chính phủ dưới hình thức của một thủ tướng và nội các bao gồm một hội đồng bộ trưởng.

## Văn hoá - xã hội:

Tây Ban Nha là một quốc gia rộng lớn ở miền tây nam châu Âu, gồm rất nhiều vùng đất khác nhau và chịu ảnh hưởng của nhiều nền văn hóa khác nhau. Trong lịch sử, nền văn hóa của Tây Ban Nha đã trải qua các thời kỳ như Celtiberian, La Mã, Visigothic, Hồi giáo, Công giáo. Tây Ban Nha là một trong những quốc gia có nền văn hóa đặc sắc nhất trên thế giới. Do từng có hệ thống thuộc địa rộng lớn vào thế kỉ 16 nên những ảnh hưởng văn hóa của Tây Ban Nha đã trải rộng trên khắp thế giới, từ vùng Địa Trung Hải cho đến tất cả thuộc địa cũ của nước này (bao gồm miền nam nước Mỹ, Mexico, Trung Mỹ, các nước Nam Mỹ trừ Brazil và một số nước khác, vùng biển Caribbean, Philippines).

Ngày nay Tây Ban Nha nổi tiếng với lễ hội đấu bò tót cũng như là đất nước sản sinh ra vũ điệu flamenco và cây đàn ghita làm nức lòng hàng triệu trái tim trên thế giới. Với 42 di sản thế giới được công nhận bởi UNESCO, Tây Ban Nha là quốc gia có số lượng di sản thế giới lớn thứ hai chỉ sau Ý. Văn học Tây Ban Nha nổi tiếng với tác phẩm Đôn Kihote của nhà văn Miguel de Cervantes Saavedra (1547-1616). Cũng từ đất nước này, 5 nhà văn đã đoạt giải thưởng Nobel về văn học.

Hội họa Tây Ban Nha là một thành phần không thể thiếu của hội họa châu Âu và có tầm ảnh hưởng rất lớn. Do sự đa dạng về lịch sử, địa lý, văn hóa, hội họa Tây Ban Nha cũng chịu ảnh hưởng của rất nhiều những nền hội họa khác nhau như Pháp, Ý. Đất nước này là quê hương của rất nhiều họa sĩ nổi tiếng toàn thế giới trong hai trường phái Baroque và hiện đại.

Tây Ban Nha cũng là đất nước có ảnh hưởng lớn nhất đối với thế giới trong lĩnh vực ngôn ngữ, văn học, âm nhạc, hội họa, kiến trúc, thể thao, ẩm thực... Tiếng Tây Ban Nha có ảnh hưởng rất lớn đối với Châu Âu cũng như trên thế giới, nó được coi là ngôn ngữ phổ biến thứ 2 trên thế giới sau tiếng Anh và ngoài Tây Ban Nha nó được sử dụng như ngôn ngữ chính thức tại 20 quốc gia tại châu Mỹ la tinh, đồng thời là ngôn ngữ quan trọng thứ 2 tại Mỹ và Brazil, hiện nay có tới 46 triệu người nói tiếng Tây Ban Nha và con số đó đang ngày càng phát triển cùng với sự phát triển dân số, kinh tế ở Châu Mỹ.

Trong lĩnh vực Văn học Tây Ban Nha tạo nên sự ảnh hưởng lớn của mình với thế giới bằng những tác phẩm kinh điển mang tầm vóc của mọi thời đại như Đôn Kihôtê, các tác gia nổi tiếng đoạt các giải thưởng danh giá về văn học như José Echegaray y Eizaguirre, Jacinto Benavente y Martinsez...

Tây ban Nha còn là nơi sản sinh ra nhiều kiến trúc sư nổi tiếng và các lối kiến trúc độc đáo mà ngay nay đã trở thành trường phái kiến trúc mẫu mực của thế giới như kiến trúc kiểu Gothic, kiến trúc sư tài danh Antonio Gaudi.....

Đấu bò tót (được khởi nguồn từ thế kỉ 17) là một thể thao truyền thống của người Tây Ban Nha và nổi tiếng toàn thế giới bởi tính hấp dẫn và mạo hiểm của nó.

Ngày nay, môn thể thao phổ biến nhất ở Tây Ban Nha là bóng đá. La Liga của Tây Ban Nha được coi là một trong những giải đấu bóng đá chất lượng nhất trên thế giới với sự tham gia của nhiều câu lạc bộ bóng đá nổi tiếng như Real Madrid, FC Barcelona hay Valencia CF. Đội tuyển bóng đá quốc gia Tây Ban Nha đã từng 12 lần lọt vào vòng chung kết và luôn vượt qua vòng loại World Cup từ năm 1978. Họ đã trở thành quán quân của mùa World Cup thứ 19 vào năm 2010. Đó là lần đầu tiên đội tuyển Tây Ban Nha giành chức vô địch tại World Cup. Tại Giải vô địch bóng đá châu Âu, Tây Ban Nha vô địch năm 1964, đoạt ngôi á quân năm 1984 và mới đây nhất là chức vô địch Euro 2008 tại Áo và Thụy Sĩ.

## • Giáo dục

Luật giáo dục sửa đổi của Tây Ban Nha năm 1990 quy định giáo dục phổ thông được phổ cập

toàn quốc và miễn học phí hoàn toàn, đồng thời đối tượng học sinh tham gia học phổ cập được mở rộng đến 16 tuổi. Tôn giáo được giảng dạy trong tất cả các trường học nhưng trên tinh thần tự nguyện. Giáo dục nghệ thuật và ngôn ngữ được xếp riêng thành một hệ thống đặc biệt.

Giáo dục ở Tây Ban Nha được chia thành 3 cấp:

- Bậc tiểu học dành cho học sinh từ 6 – 12 tuổi;
- Bậc Trung học (bao gồm trung học bắt buộc) dành cho học sinh từ 12 – 18 tuổi;
- Bậc Đại học và trên Đại học từ 18 tuổi trở lên.

Giáo dục Đại học tại Tây Ban Nha:

Tây Ban Nha có nhiều trường đại học có lịch sử lâu đời từ thời Trung cổ, cả nước có 77 trường đại học, 51 trường trong số đó là trường công lập. Đặc biệt nhất là trường Salamanca được xây dựng từ thế kỷ 12 (năm 1218). Các trường Đại học ở Tây Ban Nha nổi tiếng thế giới trong lĩnh vực đào tạo nhân lực về Du lịch, kiến trúc... Chương trình đào tạo Đại học ở Tây Ban Nha được chia thành nhiều bậc học:

\* Bậc 1: Bậc đào tạo ngắn hạn thực chất là đào tạo nghề. Sau khi hoàn thành chương trình học Sv được nhận bằng Diploma và có thể tiếp tục học lên cấp sau với những môn, ngành học tương ứng, có liên quan.

\* Bậc 2: Bậc đào tạo dài hạn: mở rộng phân kiến thức theo hướng chuyên nghiệp, bậc học này sẽ kéo dài trong 02 năm và sinh viên sẽ được nhận bằng cử nhân danh dự.

\* Bậc 3: Đào tạo tiến sĩ: Cấp học này dành cho những người đạt yêu cầu về những khóa học ở cấp học 3. Chương trình học kéo dài ít nhất là 02 năm bao gồm các khóa học, thảo luận... phục vụ cho những sinh viên muốn chuyên sâu vào lĩnh vực khoa học, nghệ thuật, công nghệ...

Ở Tây Ban Nha các trường học có tính độc lập rất cao, hầu hết đều có hệ thống các môn riêng nhưng lại rất thống nhất trong một chỉnh thể các trường trong toàn quốc và chuẩn hóa ở các chương trình học trên khắp thế giới. Có thể tùy thuộc và từng trường, nhưng nhìn chung có các hình thức sau:

Môn chính: Là các môn bắt buộc trong chương trình học, và là các môn để đánh giá năng lực học sinh. Các môn này chiếm tới 30% các môn học trong cấp học đầu tiên và 25% trong cấp học thứ 2.

Môn phổ cập: Do nhà trường thiết kế cho inh viên học - Là những môn không thể thiếu trong quá trình học.

Môn lựa chọn: Các môn do nhà trường đưa ra cho sinh viên chọn, sinh viên thích môn nào có thể đăng ký theo môn học đó.

Các hoạt động khác: Chiếm tối thiểu 10% tín chỉ (1 tín chỉ học = 10 giờ lên lớp lý thuyết hoặc thực hành). Sinh viên có thể đăng ký môn học, hoạt động ngoại khóa...tùy ý. Thậm chí có thể đăng ký môn học của các trường Đại học khác.

\* 1 năm học Đại họcH ở Tây Ban Nha được chia thành 02 kỳ : Bắt đầu học từ cuối tháng 9 cho đến đầu tháng 6 năm sau. Thời gian còn lại là 2 kỳ nghỉ lớn trong năm: Kỳ nghỉ giáng sinh và nghỉ Lễ Phục sinh.

\* Bằng cấp sau khi tốt nghiệp tại Tây Ban Nha sẽ được công nhận tại 23 quốc gia Châu Âu.

## **Đường lối đối ngoại**

Trong quan hệ với các đối tác, Tây Ban Nha khẳng định lợi ích hàng đầu là ở châu Âu; chủ trương xây dựng quan hệ tốt với Mỹ trên nguyên tắc tôn trọng lẫn nhau và bỏ qua những tiêu chí khác biệt. Đối với khu vực Mỹ-Latinh, Tây Ban Nha tiếp tục duy trì quan hệ truyền thống và tác động tích cực tăng cường quan hệ EU - Mỹ Latinh. Đối với khu vực Trung Đông, Tây Ban Nha chủ động tham gia hoà giải căng thẳng giữa các nước, phối hợp với EU tìm kiếm giải pháp hoà bình bền vững cho khu vực này.

Đối với châu Á, Tây Ban Nha đã đề ra Kế hoạch Châu Á-Thái Bình Dương 2008-2012, khẳng định đây là một trung tâm quan trọng của thế giới trong thế kỷ XXI và Tây Ban Nha phải tăng cường sự hiện diện và ảnh hưởng tại khu vực này; đối với châu Phi, Tây Ban Nha chủ trương thông qua EU đẩy mạnh quan hệ với châu lục này, tích cực hỗ trợ các nước châu Phi trong vấn đề xoá đói giảm nghèo, xây dựng dân chủ và nhà nước pháp quyền. Hiện Tây Ban Nha đang giữ 1 ghế trong Hội đồng an ninh của Liên hiệp quốc nhiệm kỳ 2015-2016.

Tây Ban Nha thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam vào ngày 23 tháng 5 năm 1977. Ngày 20 tháng 2 năm 2006, nhà vua Tây Ban Nha Juan Carlos I cùng hoàng hậu Sofia đã thăm chính thức Việt Nam.

### **Ngày nghỉ lễ tết**

Quốc lễ: Mỗi năm chính phủ Tây Ban Nha ban hành các ngày nghỉ riêng, dưới đây là những ngày nghỉ trong năm của người Tây Ban Nha:

- Ngày 1 tháng 1: Tết
- Ngày 6 tháng 1: Lễ hiển linh
- Ngày 12 & 13 tháng 4: Ngày thứ năm thánh và thứ 6 tuần thánh
- Ngày 1 tháng 5: Ngày Quốc tế lao động
- Ngày 15 tháng 8: Lễ Đức mẹ
- Ngày 12 tháng 10: Quốc khánh
- Ngày 1 tháng 11: Ngày lễ thánh
- Ngày 6 tháng 12: Ngày Hiến Pháp
- Ngày 8 tháng 12: Lễ hội Đức bà Mari
- Ngày 25 tháng 12: Lễ Noel

Ngoài những ngày nghỉ trên, còn có một số ngày nghỉ của từng địa phương như ở Madrid: Ngày 2 tháng 5 (Ngày cộng đồng Madrid); Ngày 15 tháng 5 (Lễ thánh Isidro, thần hộ mệnh của Madrid)...

### **Kinh tế**

Sau cuộc suy thoái kéo dài bắt đầu vào năm 2008 do khủng hoảng tài chính toàn cầu, Tây Ban Nha đã đánh dấu năm thứ 4 tăng trưởng kinh tế tích cực trong năm 2017, với hoạt động kinh tế vượt qua đỉnh trước khủng hoảng, phần lớn là do tiêu dùng cá nhân tăng. Cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 đã phá vỡ 16 năm tăng trưởng kinh tế liên tiếp của Tây Ban Nha, dẫn đến sự suy thoái kinh tế kéo dài đến cuối năm 2013. Trong năm đó, chính phủ đã thành công trong việc vực dậy khu vực ngân hàng đang gặp khó khăn - chịu ảnh hưởng nặng nề của sự sụp đổ bong bóng bất động sản ở Tây Ban Nha - với sự trợ giúp của chương trình tái cơ cấu và tái cấp vốn do EU tài trợ.

Cho đến năm 2014, cho vay ngân hàng thu hẹp, thất lung buộc bụng và tỷ lệ thất nghiệp cao đã hạn chế tiêu dùng và đầu tư trong nước. Tỷ lệ thất nghiệp đã tăng từ mức thấp khoảng 8% vào năm 2007 lên hơn 26% vào năm 2013, nhưng cải cách lao động đã khiến mức giảm khiêm tốn xuống còn 16,4% vào năm 2017. Tỷ lệ thất nghiệp cao đã làm căng thẳng tài chính công của Tây Ban Nha, do chi tiêu cho trợ cấp xã hội tăng trong khi thu thuế sụt giảm. Thâm hụt ngân sách của Tây Ban Nha đạt đỉnh 11,4% GDP vào năm 2010, nhưng Tây Ban Nha đã giảm dần thâm hụt xuống còn khoảng 3,3% GDP vào năm 2017. Nợ công đã tăng đáng kể - từ 60,1% GDP năm 2010 lên gần 96,7% vào năm 2017.

Tăng trưởng xuất khẩu mạnh mẽ đã giúp đưa tài khoản vãng lai của Tây Ban Nha thặng dư vào năm 2013 lần đầu tiên kể từ năm 1986 và duy trì tăng trưởng kinh tế của Tây Ban Nha. Tăng năng suất lao động và phá giá nội bộ do chi phí lao động vừa phải và lạm phát thấp hơn đã cải thiện khả năng cạnh tranh xuất khẩu của Tây Ban Nha và tạo ra sự quan tâm của nhà đầu tư nước ngoài đối với nền kinh tế tây Ban Nha, khôi phục dòng vốn FDI.

Năm 2017, tình hình số ít của Chính phủ Tây Ban Nha đã hạn chế khả năng thực hiện các cải cách về lao động, lương hưu, chăm sóc sức khỏe, thuế và giáo dục gây tranh cãi. Ủy ban châu Âu kỳ vọng chính phủ sẽ đạt được mục tiêu thâm hụt ngân sách năm 2017 và dự đoán rằng tăng trưởng kinh tế kỳ vọng trong năm 2018 sẽ giúp chính phủ đạt được mục tiêu thâm hụt. Chi phí đi vay của Tây Ban Nha đã thấp hơn đáng kể kể từ mức đỉnh điểm vào giữa năm 2012 và hoạt động kinh tế gia tăng đã tạo ra mức lạm phát khiêm tốn, ở mức 2% vào năm 2017.

### **Thách thức thị trường**

Chúng ta phải tìm hiểu về các rào cản gia nhập thị trường và các yêu cầu địa phương, tức là, những điều cần lưu ý khi tham gia thị trường của đất nước này.

Chi phí, điều khoản tài chính và dịch vụ hậu mãi là những yếu tố cạnh tranh quan trọng. Các nhà xuất khẩu châu Âu cung cấp tài chính hào phóng và hợp tác rộng rãi việc quảng cáo, và hầu hết các chính phủ châu Âu đều hỗ trợ xuất khẩu với các sự kiện xúc tiến thương mại. Các công ty Nhật Bản và Trung Quốc cũng đang nổi lên như những đối thủ cạnh tranh đáng gờm. Chủ tịch Trung Quốc Tập Cận Bình đã đến thăm cả Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha năm 2018 như một phần trong nỗ lực phối hợp để tăng cường kinh doanh và đầu tư hơn trên Bán đảo Nam Âu Iberia. Đây là lần đầu tiên sau 13 năm, một nguyên thủ quốc gia Trung Quốc đã đến thăm Tây Ban Nha. Mặc dù các sản phẩm của Hoa Kỳ được tôn trọng vì trình độ công nghệ và chất lượng cao, các công ty Mỹ đôi khi không đủ khả năng cạnh tranh về tài chính, thích ứng thiết kế sản phẩm theo nhu cầu thị trường địa phương và hỗ trợ tiếp thị và dịch vụ sau bán hàng.

Sự chậm trễ trong việc bồi hoàn tiếp tục là một vấn đề, đặc biệt là trong lĩnh vực công, mặc dù tình hình đã được cải thiện đáng kể vào năm 2015 khi luật bổ sung được thông qua để thực thi các khoản thanh toán kịp thời hơn của chính quyền khu vực và địa phương.

Là thành viên của Liên minh châu Âu, Tây Ban Nha là một bên tham gia luật pháp mới của EU về bảo vệ dữ liệu rộng hơn trên toàn EU có hiệu lực vào ngày 25 tháng 5 năm 2018. Để biết thêm chi tiết: <https://www.export.gov/article?id=EU-NEW-DATA-PRIVACY-LEGISLATION-GDPR>

Suy thoái kinh tế dẫn đến một số công ty Tây Ban Nha không muốn cam kết mua hoặc chịu chi phí giới thiệu và tiếp thị các sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Tuy nhiên, do sự phục hồi kinh tế liên tục và do việc phát triển các kênh phân phối hoặc bán hàng xuất khẩu cần có thời gian, các công ty Hoa Kỳ sẵn sàng xuất khẩu được khuyến khích khám phá các cơ hội ở Tây Ban Nha và EU.

Mặc dù các cuộc đột kích mạnh mẽ, có tác động cao trong năm 2016, các cửa hàng bán hàng giả đã mở cửa trở lại và doanh số đã tăng trở lại. Danh sách thị trường có tiếng xấu của USTR 2018 bao gồm một số khu vực của Madrid và Barcelona, cũng như thị trường Els Limits de La Jonquera ở Girona (Catalunya) để bán rộng rãi hàng giả.

### **Cơ hội thị trường**

Tổng quan về các lĩnh vực triển vọng tốt nhất và cơ hội kinh doanh, bao gồm mua sắm chính phủ quan trọng thích hợp.

Hóa chất là mặt hàng xuất khẩu chính của Hoa Kỳ sang Tây Ban Nha vào năm 2018, chiếm 22% tổng kim ngạch xuất khẩu, tiếp theo là thiết bị vận chuyển (15,2%), nông sản - trái cây và các loại hạt (13,3%), và dầu khí (7,9%). Xuất khẩu chính của Hoa Kỳ sang Tây Ban Nha luôn có máy bay và các bộ phận và thiết bị liên quan, kiểm soát ô nhiễm và thiết bị tài nguyên nước, sản phẩm và thiết bị y tế, du lịch và du lịch nước ngoài, hệ thống điện, thiết bị viễn thông, phụ tùng ô tô và dược phẩm. Các lĩnh vực khác cung cấp triển vọng tốt bao gồm quốc phòng, thiết bị an ninh, thiết bị và dịch vụ năng lượng tái tạo, thương mại điện tử và máy móc công nghiệp. Khu vực dịch vụ đang đóng một vai trò ngày càng quan trọng trong nền kinh tế Tây Ban Nha (74%).

Cơ quan thương mại Hoa Kỳ ở Tây Ban Nha cung cấp một loạt các chương trình phù hợp với nhu cầu của các công ty Hoa Kỳ quan tâm đến việc xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ của họ sang Tây Ban Nha và các thị trường châu Âu khác. Các dịch vụ được cung cấp khác nhau từ báo cáo kinh doanh thông minh đến xác định cơ hội và đối tác tiềm năng, lịch hẹn và tổ chức các sự kiện quảng cáo của công ty.

Do những cải cách kinh tế vĩ mô trong lĩnh vực tài chính và luật lao động, chi phí đã giảm và năng suất đã tăng so với các thị trường lớn khác trong khu vực. Những cải cách này đã làm gia tăng mạnh khả năng cạnh tranh của Tây Ban Nha, làm cho nó trở thành một thị trường tốt để gia nhập không chỉ vào khu vực châu Âu mà cả châu Mỹ Latinh và châu Phi.

Các công ty Tây Ban Nha là các đối tác gia tăng giá trị cho thị trường Mỹ Latinh và thị trường Caribbean (LAC) - ngôn ngữ và kỹ năng văn hóa của họ là một lợi thế chính để phát triển các cơ hội trong khu vực LAC.

Cơ quan thương mại Hoa Kỳ ở Tây Ban Nha đã tích cực hỗ trợ SelectUSA, sáng kiến liên bang đã công bố vào tháng 5 năm 2011 để thúc đẩy đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Hoa Kỳ ở cấp quốc gia.

Với việc giảm tín dụng ở thị trường Tây Ban Nha, ExIm Bank hiện có thể đóng vai trò tích cực hơn trong việc tài trợ cho xuất khẩu các sản phẩm và dịch vụ của Hoa Kỳ bằng cách tài trợ cho người mua Tây Ban Nha thông qua bảo lãnh cho vay. Công cụ này là một thay thế hấp dẫn cho các nhà nhập khẩu Tây Ban Nha.

Xuất khẩu nông sản chính của Hoa Kỳ sang Tây Ban Nha năm 2018 bao gồm các loại hạt, đậu nành, bắp, bột đậu nành, rượu chưng cất, lâm sản và các sản phẩm cá theo thứ tự này.

Các ngành thực phẩm, đồ uống và chế biến nông sản của Tây Ban Nha tiếp tục củng cố vị thế và tầm quan trọng của nó ở nước này. Tây Ban Nha có một trong những ngành chế biến thực phẩm cạnh tranh nhất ở châu Âu, khiến ngành này trở thành mục tiêu quan trọng đối với các nhà xuất khẩu nguyên liệu thực phẩm của Hoa Kỳ.

Các ngành tăng trưởng nông nghiệp chính: Hải sản, hạt, các sản phẩm hướng đến người tiêu dùng, rượu chưng cất, hạt giống gieo trồng.



Kể từ tháng 6 năm 2012, Thỏa thuận tương đương hữu cơ giữa Hoa Kỳ-EU đã có hiệu lực. Do đó, các sản phẩm được chứng nhận là hữu cơ cho một thị trường có thể được bán dưới dạng hữu cơ ở thị trường khác. Sự hợp tác này, kết hợp với nhu cầu ngày càng tăng ở EU, dự kiến sẽ mở ra cơ hội mới cho các nhà xuất khẩu của Hoa Kỳ.

### **Chiến lược thâm nhập thị trường**

Tổng quát về chiến lược tốt nhất để tham gia thị trường, ví dụ: viếng thăm đất nước; tầm quan trọng của các mối quan hệ để tìm kiếm một đối tác tốt; sử dụng các đại lý.

Có 17 cộng đồng tự trị ở Tây Ban Nha với mức độ tự chủ và bản sắc văn hóa khác nhau. Một số thị trường khu vực được tham gia bởi hai trung tâm Madrid và Barcelona tạo nên thị trường Tây Ban Nha. Phần lớn các đại lý, nhà phân phối, công ty con nước ngoài và các thực thể do chính phủ kiểm soát tạo nên khối quyền lực kinh tế của đất nước hoạt động ở hai trung tâm này.

Các thủ tục thương mại của Tây Ban Nha phù hợp với phần còn lại của Tây Âu, nơi giá cả và giá trị vẫn là tối quan trọng. Tuy nhiên, điều khoản tín dụng, hỗ trợ tiếp thị và dịch vụ sau bán hàng là những yếu tố quan trọng trong quyết định mua hàng tại địa phương. Việc sử dụng tín dụng để mua hàng tiêu dùng được chấp nhận rộng rãi ở Tây Ban Nha, đặc biệt là ở các thành phố, với các ngân hàng cạnh tranh để cung cấp bảo hiểm.

Chính phủ Tây Ban Nha đã nới lỏng các quy định ở tất cả các cấp và tăng các ưu đãi trong nỗ lực thu hút các công ty và đầu tư nước ngoài. Trong những năm gần đây, các ưu đãi đầu tư được thiết kế để thưởng cho các nhà đầu tư vì đã thiết lập các hoạt động sản xuất ở các khu vực kém phát triển hơn đã phân tán một số khoản đầu tư từ các trung tâm lớn. Ngoại trừ trong một vài trường hợp, luật pháp Tây Ban Nha cho phép đầu tư nước ngoài lên tới 100% vốn chủ sở hữu. Chi phí lao động đã giảm đáng kể trong bốn năm qua và Tây Ban Nha đã lấy lại được hầu hết khả năng cạnh tranh mà họ đã mất trong thời kỳ bùng nổ xây dựng về chi phí lao động. Tuy nhiên, bất chấp những thay đổi trong luật lao động, luật vẫn tương đối không linh hoạt.

Người Tây Ban Nha có xu hướng chính thức hơn trong quan hệ cá nhân so với người Mỹ, nhưng ít cứng nhắc hơn so với 10 năm trước. Cách tiếp cận để làm kinh doanh tương tự như của Ý hoặc Pháp. Trang phục chuyên nghiệp làm cho có ấn tượng tốt.

Để xâm nhập vào thị trường này, không có sự thay thế nào cho các cuộc gặp mặt trực tiếp với đại diện doanh nghiệp Tây Ban Nha. Người Tây Ban Nha mong đợi một mối quan hệ cá nhân với các nhà cung cấp và đối tác. Có thể khó có thể có được sự hồi đáp đối với giao tiếp ban đầu qua điện thoại hoặc e-mail. Các chiến dịch thư trực tiếp thường mang lại kết quả ít ỏi. Chưa tới 30% các nhà quản lý địa phương thông thạo tiếng Anh.

Người Tây Ban Nha có xu hướng bảo thủ trong thói quen mua hàng của họ. Thương hiệu đã được công nhận làm tốt. Người mua lớn của chính phủ và khu vực tư nhân có vẻ thoải mái hơn khi giao dịch với các tổ chức lớn, hoặc với các công ty đã được công nhận là dẫn đầu trong các lĩnh vực của họ.

*Nguồn: CIA fackbook*

## Chương 2: Môi trường chính trị - kinh tế

### Môi trường chính trị

#### *Thế chế chính phủ:*

Tây Ban Nha là một quốc gia quân chủ lập hiến với ngôi vua cha truyền con nối và một quốc hội lưỡng viện: Cortes Generales. Nhánh hành pháp gồm có Hội đồng Bộ trưởng Tây Ban Nha, đứng đầu là Thủ tướng chính phủ, được bầu trong cuộc tổng tuyển cử toàn quốc. Việc lập pháp được tiến hành bởi các nghị sĩ quốc hội, gồm 350 thành viên được chọn lựa qua bầu cử và có nhiệm kỳ 4 năm; và một Thượng nghị viện (Senado) gồm 259 ghế, 208 trong số đó được bầu trực tiếp từ phiếu phổ thông và 51 ghế do các cơ quan lập pháp cấp vùng bổ nhiệm, họ đều có nhiệm kỳ bốn năm.

#### *Hành pháp:*

Đứng đầu nhà nước: Quốc vương Felipe VI (kể từ ngày 19/6/2014)

Đứng đầu chính phủ: Ông Pedro Sánchez Pérez-Castejón (tháng 6/2018)

Nội các: Hội đồng Bộ trưởng do Thủ tướng chỉ định

- *Lập pháp:* bao gồm Thượng nghị viện và Hạ nghị viện. Thượng nghị viện (Senado) gồm 257 ghế, 208 nghị sĩ được bầu trực tiếp bằng phiếu phổ thông và 50 người khác do các cơ quan lập pháp địa phương chỉ định làm việc nhiệm kỳ 4 năm. Hạ nghị viện (Congreso de los Diputados) gồm 350 ghế, được bầu trực tiếp theo hình thức phổ thông đầu phiếu, nhiệm kỳ 4 năm.

- *Tư pháp:* Toà án tối cao, toà án công luận.

#### *Đảng phái chính trị:*

Tây Ban Nha gần như theo hệ thống chính trị hai Đảng với hai Đảng chính: Đảng Lao Động Xã Hội Tây Ban Nha (PSOE) và Đảng Quần Chúng (PP). Hai đảng này có vị trí quan trọng bậc nhất trong đời sống chính trị của đất nước và hầu như không có một đảng phái chính trị nào khác có khả năng vượt lên dành quyền lãnh đạo. Ngoài ra còn có một số những đảng phái chính trị nhỏ khác trên các vùng miền khác nhau của nước này như Đảng Catalonia hay Đảng Dân Tộc Basque... Một số các đảng phái chính trị và người lãnh đạo: - Đảng Lao Động Xã Hội Tây Ban Nha hay PSOE (Jose Luis Rodriguez Zapatero)

- Đảng Quần Chúng hay PP (Mariano RAJOY Brey)

- Đảng Dân Tộc Basque hay PNV (Anoni ORTUZAR)

- Liên minh Canarian hay CC (Liên minh 5 đảng) (Claudina MORALES Rodriguez) - Khối dân tộc Galician hay BNG (Xavier VENCE)

- Đảng Cộng hòa Cánh tả của Catalonia hay ERC (Joan HERRERA i Torres và Dolors CAMATS) - Đảng Cánh tả Thống nhất hoặc IU (Liên minh các đảng gồm PCE và các đảng nhỏ khác) (Cayo LARA Moya)

#### *Cơ cấu hành chính:*

Cơ cấu hành chính của Tây Ban Nha gồm hai thành phố tự trị Ceuta và Melilla và 17 khu tự trị là Andalucía, Aragon, Asturias, Baleares (Quần đảo Balearic), Canarias (Quần đảo Canary), Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y Leon, Cataluna, Comunidad Valenciana,

Extremadura, Galicia, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, Pais Vasco (hạt Basque).

### *Hệ thống pháp luật:*

Hiến pháp lịch sử của Tây Ban Nha có từ năm 1812. Hiến pháp Tây Ban Nha 1978 là đỉnh điểm trong quá trình chuyển đổi dân chủ tại Tây Ban Nha. Do thiếu kiên nhẫn với tiến trình cải cách chính trị dân chủ chậm chạp vào năm 1976 và 1977, Quốc vương Juan Carlos vốn có cá tính mạnh đã quyết định bãi chức Carlos Arias Navarro và bổ nhiệm nhà cải cách Adolfo Suárez làm thủ tướng. Tổng tuyển cử năm 1977 triệu tập Constituent Cortes (Nghị viện Tây Ban Nha) nhằm mục đích soạn thảo và phê chuẩn hiến pháp năm 1978. Trong một cuộc trưng cầu dân ý vào ngày 6 tháng 12 năm 1978, 88% cử tri phê chuẩn hiến pháp mới.

Theo hiến pháp, Tây Ban Nha hiện gồm có 17 cộng đồng tự trị và hai thành phố tự trị với các mức độ tự trị khác nhau, song hiến pháp quy định rõ ràng về tính thống nhất không thể chia cắt của quốc gia Tây Ban Nha. Hiến pháp cũng quy định rằng Tây Ban Nha không có quốc giáo, và mọi người được tự do hành lễ hoặc tin tưởng theo ý nguyện của bản thân.

### *Quân sự:*

Tây Ban Nha trở thành một thành viên của NATO từ năm 1982, quyết định này được thông qua trong một cuộc trưng cầu dân ý vào năm 1986. Các điều kiện là giảm thiểu các căn cứ quân sự của Hoa Kỳ, không tích hợp Tây Ban Nha vào cấu trúc quân sự của liên minh Đại Tây Dương và cấm chỉ đưa vũ khí hạt nhân đến Tây Ban Nha, tuy nhiên hai điều kiện đầu này nay không còn được lưu tâm. Do chuyển đổi dân chủ và tiếp xúc trực tiếp với các quốc gia dân chủ, tham gia tích cực các vấn đề quốc tế, chuyên nghiệp hoá lực lượng vũ trang và các nỗ lực kinh tế đã khiến Lực lượng vũ trang Tây Ban Nha nằm vào hàng được chuẩn bị cao nhất.

Lực lượng vũ trang Tây Ban Nha (Fuerzas Armadas Españolas) có tổng tư lệnh theo hiến pháp là Quốc vương Tây Ban Nha. Tuy nhiên, trong thực tiễn việc ra quyết định về quân sự là trách nhiệm của thủ tướng, và còn có các quan chức dân sự khác bên dưới thủ tướng, như bộ trưởng quốc phòng. Ngoài ra, còn có tổng tham mưu trưởng và các tư lệnh các binh chủng. Lực lượng vũ trang Tây Ban Nha là lực lượng chuyên nghiệp với 101.900 quân nhân tại ngũ và 4.770 quân nhân dự bị vào năm 2017. Quốc gia còn có khoảng 77.000 vệ binh dân sự hùng mạnh sẽ nằm dưới quyền kiểm soát của Bộ Quốc phòng trong tình trạng khẩn cấp quốc gia. Ngân sách quốc phòng của Tây Ban Nha là 5,71 tỷ euro (7,2 tỷ USD) vào năm 2015.

Lục quân Tây Ban Nha gồm có 15 lữ đoàn và sáu quân khu. Bộ binh hiện đại có năng lực đa dạng và điều này được phản ánh trong các vai trò khác nhau mà họ được giao. Các tiểu đoàn bộ binh có thể thực hiện bốn vai trò tác chiến: Không kích, bộ binh thiết giáp, bộ binh cơ giới, và bộ binh nhẹ. Lục quân Tây Ban Nha có kỹ thuật tân tiến để bảo vệ toàn vẹn lãnh thổ của Vương quốc Tây Ban Nha.

Bộ tư lệnh hải quân Tây Ban Nha (Armada) có trụ sở tại Madrid, gồm bốn vùng tư lệnh: Cantabria, Eo biển, Địa Trung Hải và Quần đảo Canaria. Soái hạm hiện nay của Hải quân Tây Ban Nha là tàu tấn công đổ bộ Juan Carlos 1, cũng được sử dụng làm một hàng không mẫu hạm. Tính đến năm 2012, tổng nhân sự của Hải quân Tây Ban Nha là 20.838 quân nhân. Thủy quân lục chiến (Infanteria de Marina) là lực lượng bộ binh của Hải quân Tây Ban Nha, thành lập từ năm 1537 và là lực lượng thủy quân lục chiến lâu đời nhất thế giới.

Tây Ban Nha hiện có khoảng 10 phi đội chiến đấu, mỗi phi đội có 18-24 máy bay. Không quân có 15 căn cứ hàng không hoạt động khắp đất nước. Không quân vận hành nhiều loại máy bay, từ chiến đấu cơ đến máy bay chở hành khách và vận chuyển hành khách bằng trực thăng, duy trì khoảng 450 máy bay các loại. Không quân Tây Ban Nha đang thay thế các máy bay cũ bằng

các loại máy bay mới hơn như Eurofighter Typhoon và Airbus A400M Atlas. Tây Ban Nha đều tham gia chế tạo hai loại máy bay này. Vào tháng 7 năm 2014, Không quân Tây Ban Nha tham gia Bộ tư lệnh giao thông hàng không châu Âu có trụ sở tại Hà Lan.

## Môi trường kinh tế

### Tổng quan

Bất chấp những thăng trầm của Tây Ban Nha trong bối cảnh chính trị và kinh tế trong vài năm qua, quốc gia này vẫn là đối tác quan trọng đối với cả Hoa Kỳ và Châu Âu. Tây Ban Nha dẫn đầu châu Âu vào châu Mỹ Latinh. Nền kinh tế sôi động của Tây Ban Nha và ngành công nghiệp kỹ thuật số đang phát triển cũng là những yếu tố ngày càng quan trọng để đẩy mạnh thương mại và đầu tư của Tây Ban Nha. Tây Ban Nha đã kết thúc cả cuộc bầu cử thủ tướng và bầu cử vùng vào mùa xuân năm 2019. Vào ngày công bố báo cáo này, chính quyền Tây Ban Nha vẫn đang đàm phán thành lập một chính phủ liên minh có thể lãnh đạo dẫn dắt Tây Ban Nha trong bốn năm tới, mang lại triển vọng ổn định chính trị Tây Ban Nha nhiều hơn như đã được thấy trong ba năm qua. Đảng Xã hội Tây Ban Nha là người chiến thắng trong cuộc bầu cử lớn, vì vậy họ đang đứng đầu để thành lập một chính phủ. Do đó, chính phủ mới có khả năng theo đuổi các chính sách để mở rộng các chương trình của chính phủ có lợi cho người lao động, có khả năng tăng thuế doanh nghiệp và đẩy mạnh sự đổi mới. Hơn nữa, một số đề xuất, chẳng hạn như chuyển đổi sang nền kinh tế xanh và tiến hành cải cách thị trường lao động.

Căng thẳng chính trị giữa chính phủ trung ương Tây Ban Nha và vùng Catalonia vẫn ở mức cao, bởi cuộc trưng cầu dân ý độc lập vào tháng 10 năm 2017 được cho là không phù hợp với hiến pháp. Tuy nhiên, có rất ít hoặc không có tác động tiêu cực đối với các công ty nước ngoài xuất khẩu sang Tây Ban Nha và Catalonia vẫn là một trong những khu vực kinh tế chính ở Tây Ban Nha.

Tây Ban Nha, với GDP 1,3 nghìn tỷ USD và dân số 46,6 triệu người, là nền kinh tế lớn thứ tư trong EU. Nền kinh tế Tây Ban Nha tăng trưởng 2,6% trong năm 2018, vượt mức trung bình của EU. Dự báo trong vài năm tới cho thấy tăng trưởng GDP là 2,1% trong năm 2019 và 1,9% vào năm 2020. Tuy nhiên, dịch bệnh Covid-19 đã tàn phá nặng nề nền kinh tế, dự báo GDP của nước này năm 2020 sẽ giảm 9,2% và dự báo sẽ phục hồi vào năm 2021 với mức tăng trưởng 6,8%.

Sau các sáng kiến của chính phủ được thực hiện từ năm 2011 đến 2013 để giảm thâm hụt và cải cách luật lao động, dịch vụ công, và lĩnh vực tài chính, Tây Ban Nha cạnh tranh hơn nhiều so với chi phí ở các nước châu Âu khác.

Mức du lịch và xuất khẩu kỹ lục, cùng với mức tiêu thụ nội địa hồi sinh, đã giúp Tây Ban Nha phục hồi kinh tế, đạt được ba năm liên tiếp tăng trưởng GDP ít nhất 3% từ năm 2015 đến 2017.

Tây Ban Nha có tỷ lệ thất nghiệp cao về mặt cấu trúc; mà các nhà kinh tế ước tính là từ 8% đến 12%. Do cuộc khủng hoảng kinh tế 2008-2013, tỷ lệ thất nghiệp của Tây Ban Nha tăng vọt lên gần 27% trong năm 2013. Tuy nhiên, tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống 14,5% trong năm 2018 và được dự báo sẽ giảm xuống 12,2% vào năm 2020 do tạo việc làm mạnh mẽ. Tuy nhiên, do tác động của đại dịch Covid-19, tỷ lệ thất nghiệp trong năm 2020 được dự báo tăng lên 19%, nhưng sau đó sẽ giảm xuống còn 17,2% trong năm 2021.

Tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên, những người dưới 25 tuổi đã giảm xuống còn 33,5% vào năm 2018, giảm so với 37,5% năm 2017, 42,9% vào năm 2016 và 56,9% vào năm 2013.

Tây Ban Nha được cho là thị trường xuất khẩu truyền thống quan trọng đối với Hoa Kỳ. Theo Bộ Thương mại Hoa Kỳ, xuất khẩu hàng hóa của Hoa Kỳ sang Tây Ban Nha năm 2018 lên tới

13 tỷ USD, tăng từ 11,06 tỷ USD năm 2017. Số lượng xuất khẩu thực tế của Mỹ sang Tây Ban Nha cao hơn đáng kể so với số lượng báo cáo, do nhiều hàng nhập khẩu của Tây Ban Nha từ Hoa Kỳ đến châu Âu thông qua các cảng nhập cảnh ở các nước châu Âu khác. Xuất khẩu dịch vụ từ Hoa Kỳ sang Tây Ban Nha tiếp tục tăng mạnh ở mức 6,96 tỷ USD trong năm 2017. Xuất khẩu của Tây Ban Nha sang Hoa Kỳ năm 2018 là 17,2 tỷ USD.

Là một quốc gia thành viên của Liên minh châu Âu (EU), Tây Ban Nha tuân thủ luật pháp của EU, như tất cả các quốc gia thành viên EU. Chính phủ Tây Ban Nha nói chung đồng thuận với EU và công chúng Tây Ban Nha nói chung cũng tán thành quan điểm của EU.

Đầu tư đóng một vai trò quan trọng trong mối quan hệ kinh tế song phương. Nhiều công ty lớn nhất của Mỹ có mặt, nhiều trong số đó thuộc lĩnh vực công nghiệp - ô tô, hóa chất, dược phẩm, máy móc công nghiệp,... Theo Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch Tây Ban Nha, đầu tư của Mỹ vào Tây Ban Nha ước khoảng 70 tỷ USD vào năm 2017. Ước tính các công ty Mỹ ở Tây Ban Nha sử dụng hơn 163.000 lao động.

Sự hiện diện của các công ty lớn nước ngoài nổi tiếng đóng vai trò là chất xúc tác cho vô số nhà cung cấp và nhà cung cấp dịch vụ địa phương và hầu hết làm tăng xuất khẩu. Hơn 50% xuất khẩu của Tây Ban Nha được thực hiện bởi các công ty đa quốc gia nước ngoài ở Tây Ban Nha. Các nhà đầu tư Hoa Kỳ cũng nắm giữ khoản danh mục đầu tư đáng kể vào cổ phiếu của một số công ty lớn nhất Tây Ban Nha.

Sự phục hồi của Tây Ban Nha đã cho phép nó tăng đầu tư trực tiếp nước ngoài. Đầu tư của Tây Ban Nha vào Hoa Kỳ đã tăng đáng kể trong những năm gần đây, đưa Tây Ban Nha trở thành nhà đầu tư lớn thứ 11 tại Hoa Kỳ vào năm 2017, theo dữ liệu từ SelectUSA và Cục phân tích kinh tế Hoa Kỳ. Phần lớn khoản đầu tư đã diễn ra trong bảy năm qua, tăng vốn từ 14 tỷ USD năm 2006 lên khoảng 75 tỷ USD năm 2017. Theo dữ liệu từ Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch Tây Ban Nha. Nguồn tin tương tự cho thấy các công ty con Hoa Kỳ thuộc sở hữu của các công ty Tây Ban Nha đã tuyển dụng hơn 104.000 người tại Hoa Kỳ vào năm 2016.

Các công ty năng lượng Tây Ban Nha có truyền thống đầu tư mạnh vào Hoa Kỳ. Công nghệ tiên tiến của các công ty đa quốc gia lớn hàng đầu của Tây Ban Nha đã thực hiện thành công nhiều dự án năng lượng tái tạo trên cả nước. Các công ty điện gió Tây Ban Nha có mặt hơn 20 tiểu bang của Hoa Kỳ.

Vị trí hàng đầu của Tây Ban Nha trong lĩnh vực xây dựng và giao thông cũng đã làm cho các công ty Tây Ban Nha đứng đầu trong các dự án cơ sở hạ tầng, đường sắt và tàu điện ngầm lớn trên cả nước. Thành công của các công ty đa quốc gia lớn Tây Ban Nha đang dần thu hút sự quan tâm của các nhà cung cấp dịch vụ của họ.

Năng lượng gió là nguồn phát điện lớn thứ hai ở Tây Ban Nha vào năm 2018. Công suất điện gió lắp đặt là 23.484 MW vào cuối năm 2018. Tây Ban Nha là quốc gia thứ năm trên thế giới về năng lượng gió được lắp đặt sau Trung Quốc, Mỹ, Đức và Ấn Độ. Hơn 22.000 người làm việc trong lĩnh vực này. Ngành công nghiệp Tây Ban Nha xuất khẩu công nghệ trị giá hơn 2,5 tỷ euro mỗi năm. Nó đầu tư khoảng 85,5 triệu EUR hàng năm vào R&D. Năng lượng gió đóng góp khoảng 2,4 tỷ euro vào GDP, chiếm 0,31% GDP của Tây Ban Nha.

Tây Ban Nha là nơi có hàng chục công ty đa quốc gia, bao gồm năm trong số 10 công ty xây dựng lớn nhất thế giới và công ty điện thoại lớn thứ hai Châu Âu. Các công ty lớn của Tây Ban Nha trong lĩnh vực ngân hàng, viễn thông, cơ sở hạ tầng và năng lượng đã trở thành những công ty dẫn đầu toàn cầu.

Lĩnh vực thiết bị và phụ tùng ô tô là một lĩnh vực hàng đầu khác, được xếp hạng lớn thứ sáu

trên thế giới theo doanh thu và lớn thứ ba ở châu Âu. Xét về tổng sản lượng xe, Tây Ban Nha lớn thứ hai ở châu Âu và lớn thứ tám trên thế giới.

Du lịch có truyền thống là một trong những ngành quan trọng nhất của Tây Ban Nha. Đất nước này là điểm đến du lịch lớn thứ hai thế giới, đón 82,8 triệu lượt khách nước ngoài trong năm 2018 và đứng thứ hai về tiêu dùng sau Hoa Kỳ.

Tây Ban Nha có lượng lớn du khách đến Hoa Kỳ. Số liệu năm 2018 cho thấy lượng khách Tây Ban Nha đạt 876.248, tăng 6% so với năm 2017, khiến nó trở thành thị trường quốc tế lớn thứ 15 của Hoa Kỳ và lớn thứ năm ở Châu Âu

Với hơn 1.970 dặm của đường sắt cao tốc, Tây Ban Nha chỉ đứng sau Trung Quốc về cơ sở hạ tầng tàu cao tốc. Madrid có kết nối tàu cao tốc với 27 thành phố.

## Nông nghiệp

Trong số các quốc gia Liên minh châu Âu, Tây Ban Nha xếp thứ hai sau Pháp về tỷ lệ đất dành cho mục đích nông nghiệp. Các khu vực trồng trọt được canh tác theo hai cách thức đa dạng cao độ. Các khu vực dựa vào canh tác không tưới nước (secano) chiếm 85% toàn bộ diện tích trồng trọt, chỉ dựa vào mưa làm nguồn nước. Chúng gồm các khu vực ẩm tại miền bắc và tây bắc, cũng như các vùng khô hạn rộng lớn không có hệ thống tưới tiêu. Các khu vực có năng suất hơn nhiều là canh tác có tưới nước (regadío), chiếm khoảng 3 triệu ha vào năm 1986, tăng gấp đôi từ năm 1950. Đặc biệt đáng chú ý là phát triển tại Almería—một trong các tỉnh khô hạn và hoang vắng nhất đất nước, các cây trồng rau quả vụ đông tại đây hiện được xuất khẩu sang châu Âu. Trên một nửa diện tích được tưới nước trồng ngô, cây ăn quả, và các loại rau. Các nông sản khác hưởng lợi từ hệ thống tưới tiêu là nho, bông, củ cải đường, khoai tây, đậu, ô liu, xoài, dâu tây, cà chua và cò chăn nuôi. Tùy theo tính chất của cây trồng, có thể thu hoạch hai vụ liên tiếp trong một năm. Các loại quả họ cam chanh là nông sản xuất khẩu hàng đầu của Tây Ban Nha. Do gia tăng tập trung vào chăn nuôi, Tây Ban Nha trở thành quốc gia nhập khẩu thuần về lương thực có hạt, để làm thức ăn gia súc.

## Du lịch

Du lịch là một ngành có đóng góp lớn cho kinh tế Tây Ban Nha, chiếm khoảng 11% GDP. Kể từ thập niên 1960 và 1970, Tây Ban Nha là một điểm đến phổ biến trong các ngày nghỉ mùa hè, đặc biệt là có lượng lớn du khách từ Anh, Pháp, Đức và các quốc gia Benelux. Nhờ đó, ngành du lịch Tây Ban Nha phát triển đến vị trí hàng đầu thế giới. Năm 2016, Tây Ban Nha có lượng du khách ngoại quốc đông thứ ba thế giới, với 75,3 triệu lượt, là năm thứ tư liên tiếp phá kỷ lục. Tây Ban Nha đứng hạng nhất trong số 136 quốc gia theo chỉ số cạnh tranh lữ hành và du lịch năm 2017 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, giữ vững thứ hạng từ năm 2015.

Các khu nghỉ dưỡng và bãi biển mùa hè là loại hình du lịch đầu tiên được phát triển tại Tây Ban Nha, và đến nay chúng tạo ra thu nhập lớn nhất cho kinh tế quốc gia. Khí hậu ôn hòa quanh năm và các bãi biển cát trải dài ven Địa Trung Hải và Đại Tây Dương, cũng như hai quần đảo Baleares và Canaria thu hút du khách phía bắc châu Âu trong nhiều thập niên qua. Thị trường hàng đầu của du lịch bãi biển Tây Ban Nha là Anh, Đức và Pháp. Các bãi biển nổi tiếng nhất tại đại lục Tây Ban Nha nằm ven Địa Trung Hải. Costa Brava, Costa Daurada và Costa del Maresme, tại Cataluña rất phổ biến với du khách Pháp và nội địa Tây Ban Nha với các khu nghỉ dưỡng nổi bật là Salou và thành phố Barcelona. Tại Valencia có Costa Blanca, nơi này cực kỳ phổ biến đối với du khách Anh và Đức, Benidorm là thành phố mùa hè hàng đầu tại Tây Ban Nha. Một số điểm đến mùa hè nổi tiếng thế giới, như Marbella tại tỉnh Málaga và Sotogrande tại tỉnh Cádiz. Thành phố Málaga là một điểm đến thuộc Costa del Sol và cũng là một trong các bến cảng lớn nhất Tây Ban Nha, thường xuyên đón các tàu du lịch. Quần đảo

Baleares tại Địa Trung Hải và quần đảo Canaria tại Đại Tây Dương cũng là các điểm đến rất phổ biến đối với người Tây Ban Nha và châu Âu. Ngoài du lịch mùa hè, các phương thức khác như du lịch văn hoá và kỷ niệm hay thể thao giải trí cũng được phát triển tại các khu vực này, như các thành phố nổi tiếng Barcelona và Valencia.

Do là giao điểm của nhiều nền văn minh, Tây Ban Nha có nhiều thành thị lịch sử, các điểm đến chính trước hết là hai thành phố lớn Madrid và Barcelona, cũng là hai điểm đến hàng đầu châu Âu. 13 thành phố tại Tây Ban Nha đã được công nhận là di sản thế giới UNESCO: Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Ibiza, Mérida, Salamanca, San Cristóbal de La Laguna, Santiago de Compostela, Segovia, Tarragona và Toledo. Đến năm 2017, Tây Ban Nha có tổng cộng 46 di sản thế giới, đứng thứ ba sau Ý và Trung Quốc. Các điểm đến hạng nhất khác là Sevilla, Granada, Santander, Oviedo, Gijón, Bilbao và San Sebastián.

Tây Ban Nha là địa phương quan trọng đối với Công giáo La Mã, một số thánh địa linh thiêng nhất của Giáo hội Công giáo nằm tại Tây Ban Nha: Thành phố Santiago de Compostela tại Galicia là địa điểm linh thiêng thứ ba sau Thành Vatican và Jerusalem. Thành phố cũng là điểm cuối của Con đường Thánh Jacobe. Santo Toribio de Liébana thuộc vùng Cantabria và Caravaca de la Cruz thuộc vùng Murcia cũng là các địa điểm linh thiêng của Cơ Đốc giáo. Các địa phương này thu hút người hành hương và du khách từ khắp thế giới.

### **Năng lượng**

Theo The World Factbook, vào năm 2011 Tây Ban Nha sản xuất 276,8 TWh điện, và tiêu thụ 249,7 TWh điện trong cùng năm. Trong những năm gần đây, Tây Ban Nha đầu tư lớn vào ngành năng lượng tái tạo với mục tiêu là mức phát thải cacbon bằng không trước năm 2050. Theo REE, vào tháng 3 năm 2015 đại lục Tây Ban Nha sản xuất 69% điện năng từ các công nghệ tạo ra phát thải cacbon bằng không, gồm năng lượng tái tạo cùng với một số năng lượng hạt nhân. Năng lượng hạt nhân cung cấp 23,8% điện năng cho toàn quốc vào tháng 3, còn 47% đến từ các nguồn tái tạo. Hầu hết điện năng từ nguồn tái tạo được sản xuất tại Tây Ban Nha là từ gió, và theo REE từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2015, năng lượng gió chiếm 23,7% sản xuất điện năng trong khi năng lượng hạt nhân chiếm 22,7%.

Tây Ban Nha là một trong các quốc gia dẫn đầu thế giới về phát triển và sản xuất năng lượng tái tạo. Năm 2010, Tây Ban Nha đứng đầu thế giới về năng lượng Mặt trời khi vượt qua Hoa Kỳ do có nhà máy năng lượng khổng lồ mang tên La Florida. Tây Ban Nha cũng là nước sản xuất năng lượng gió chủ chốt của châu Âu, vào năm 2010 các tua bin gió tại đây sản xuất 42,976 GWh điện, chiếm 16,4% tổng lượng điện năng sản xuất tại Tây Ban Nha. Ngày 9 tháng 11 năm 2010, năng lượng gió đạt đỉnh cao lịch sử tức thời khi chiếm 53% nhu cầu điện năng của đại lục Tây Ban Nha và phát ra lượng điện năng tương đương với của 14 lò phản ứng hạt nhân. Các nguồn năng lượng tái tạo khác tại Tây Ban Nha là thủy điện, sinh khối và hải dương. Các nguồn năng lượng không tái tạo được sử dụng tại Tây Ban Nha là hạt nhân (tám lò phản ứng đang hoạt động), khí đốt, than đá, dầu mỏ. Các nhiên liệu hoá thạch sản xuất 58% lượng điện năng của Tây Ban Nha vào năm 2009, dưới mức bình quân của OECD là 61%.

### **Giao thông**

Hệ thống đường bộ Tây Ban Nha chủ yếu do trung ương quản lý, với sáu đường cao tốc liên kết Madrid đến xứ Basque, Cataluña, Valencia, Tây Andalucía, Extremadura và Galicia. Ngoài ra, còn có các đường cao tốc dọc bờ biển Đại Tây Dương (Ferrol đến Vigo), Cantabria (Oviedo đến San Sebastián) và Địa Trung Hải (Girona đến Cádiz). Tây Ban Nha đặt mục tiêu một triệu ô tô điện trên đường vào năm 2014, nằm trong kế hoạch của chính phủ nhằm tiết kiệm năng lượng và tăng hiệu quả sử dụng năng lượng.

Tây Ban Nha có mạng lưới đường sắt cao tốc quy mô nhất tại châu Âu, và đứng thứ hai thế giới sau Trung Quốc. Tính đến tháng 10 năm 2010, Tây Ban Nha có tổng cộng 3.500 km đường ray cao tốc, liên kết Málaga, Sevilla, Madrid, Barcelona, Valencia và Valladolid, với các đoàn tàu đạt tốc độ lên tới 300 km/h. Tính theo trung bình toàn hệ thống vào năm 2010, đường sắt cao tốc AVE của Tây Ban Nha nhanh nhất thế giới, tiếp theo là Shinkansen của Nhật Bản và TGV của Pháp. Về tính đúng giờ, đường sắt cao tốc Tây Ban Nha xếp hạng nhì thế giới sau Nhật Bản. Nếu đạt được mục tiêu tham vọng của chương trình AVE (đường sắt cao tốc Tây Ban Nha), đến năm 2020 Tây Ban Nha sẽ có 7.000 km đường sắt cao tốc liên kết hầu như toàn bộ các thành phố cấp tỉnh đến Madrid trong vòng dưới ba tiếng và đến Barcelona trong vòng dưới bốn tiếng.

Tây Ban Nha có 47 sân bay công cộng, bận rộn nhất là Madrid-Barajas với hơn 50 triệu hành khách vào năm 2016, đứng thứ 25 thế giới và đứng thứ 5 tại châu Âu. Barcelona-El Prat cũng là một sân bay quan trọng, phục vụ hơn 44 triệu lượt hành khách vào năm 2016, đứng thứ 33 thế giới. Các sân bay quan trọng khác có trên 10 triệu hành khách năm tại Majorca, Málaga, Las Palmas (Gran Canaria), Alicante, các sân bay khác có lượng hành khách từ 4-10 triệu hành khách. Ngoài ra, có trên 30 sân bay có dưới 4 triệu hành khách.

- **Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản**

**GDP (tương đồng sức mua - PPP):** 1.900 tỷ USD (ước tính năm 2019), xếp thứ 15 trên thế giới.

**GDP (tỉ giá chính thức):** 1.314 tỷ USD (ước tính năm 2017)

**Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế:** 2,5% (ước tính năm 2019).

**GDP trên đầu người (PPP):** 40.139 USD (ước tính năm 2019).

**GDP - Theo lĩnh vực (ước tính năm 2017):**

- Nông nghiệp: 2,6%
- Công nghiệp: 23,2%
- Dịch vụ: 74,2%

**Lực lượng lao động:** 22,75 triệu (ước tính năm 2017), đứng thứ 27 trên thế giới.

**Tỉ lệ thất nghiệp:** 15,5% (ước tính năm 2019)

**Lực lượng lao động phân theo ngành nghề:**

- Nông nghiệp: 4,2%
- Công nghiệp: 24%
- Dịch vụ: 71,7%

**Ngân sách**

- Thu: 498,1 tỷ USD (ước 2017)
- Chi: 539 USD (ước 2017)

**Thuế và thu khác:** 37,9% GDP (ước 2017), xếp thứ 52 trên thế giới.

**Thâm hụt ngân sách:** -3,1% GDP (ước 2017)

**Nợ công:** 498,4% GDP (ước 2017)



**Tỉ lệ lạm phát (giá tiêu dùng):** 1,7% (ước 2019)

**Tăng trưởng sản xuất công nghiệp:** 4% (ước 2017)

**Dự trữ khí tự nhiên:** 2.548 tỷ m<sup>3</sup> (ước đến tháng 01/2018), đứng thứ 96 trên thế giới.

**Lượng dự trữ dầu:** 150 triệu thùng (tính đến tháng 01/2018), đứng thứ 62 trên thế giới.

**Các sản phẩm nông nghiệp:** ngũ cốc, rau, ô liu, rượu nho, củ cải đường, cam quýt, thịt bò, thịt lợn, gia cầm, các sản phẩm từ sữa, cá.

**Các sản phẩm công nghiệp:** hàng dệt may, giày dép, thực phẩm và đồ uống, kim loại và sản xuất kim loại, hóa chất, đóng tàu, ô tô, máy công cụ, du lịch, đất sét và các sản phẩm chịu lửa, dược phẩm, thiết bị y tế.

**Xuất khẩu:** Năm 2017 ước đạt 313,7 tỷ USD, đứng thứ 16 trên thế giới, tăng từ 3280,5 tỷ USD của năm 2016.

**Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm:** máy móc, xe có động cơ; thực phẩm, dược phẩm, thuốc men, hàng tiêu dùng khác.

**Các đối tác xuất khẩu chính (2017) gồm:**

- Pháp 15,1%
- Đức 11,3%
- Ý 7,8%
- Bồ Đào Nha 7,1%
- UK 6,9%
- Hoa Kỳ 4,4% (2017).

**Nhập khẩu:** Năm 2017 ước đạt 338,6 tỷ USD, đứng thứ 15 thế giới, tăng so với mức ước tính 300,2 tỷ USD của năm 2016.

**Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm:** máy móc thiết bị, nhiên liệu, hóa chất, bán thành phẩm, thực phẩm, hàng tiêu dùng, dụng cụ đo lường và kiểm soát y tế.

**Các đối tác nhập khẩu chính (2017) gồm:**

- Đức 14,2%
- Pháp 11,9%
- Trung Quốc 6,9%
- Ý 6,8%
- Hà Lan 5,1%
- UK 4%

**Dự trữ ngoại tệ và vàng:** 69,41 tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 32 trên thế giới.

**Nợ nước ngoài:** 2.094 tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 10 trên thế giới; tăng từ mức ước tính 1.963 tỷ USD (31/12/2016)

**Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Tây Ban Nha:** 43,6 tỷ USD (ước đến 31/12/2019).

+ **Cơ sở hạ tầng kinh tế**

□ **Truyền thông**

- ◆ Điện thoại cố định: 19,48 triệu thuê bao
- ◆ Điện thoại di động: 54,16 triệu thuê bao
- ◆ Số người sử dụng internet: 39,12 triệu người (năm 2018)

□ **Giao thông**

- ◆ Sân bay: 135 (năm 2020)
- ◆ Đường ống: gas 10.481 km; dầu: 357 km; sản phẩm tinh lọc: 4.378 km (2017)
- ◆ Đường sắt: 15.333 km
- ◆ Đường bộ: 683.175 km
- ◆ Đường thủy: 1.000 km (đường sông và các kênh biển)
- ◆ Đội tàu biển: 119

**Cảng chính:** Algeciras, Barcelona, Bilbao, Cartagena, Huelva, Tarragona, Valencia (all in Spain); Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife (in the Canary Islands).

● **Các chính sách thu hút đầu tư nước ngoài**

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã đóng một vai trò quan trọng trong việc hiện đại hóa nền kinh tế Tây Ban Nha trong suốt 40 năm qua. Bị thu hút bởi thị trường nội địa rộng lớn, khả năng xuất khẩu và tiềm năng tăng trưởng của Tây Ban Nha, các công ty nước ngoài đã thành lập hoạt động với số lượng lớn. Ngành công nghiệp ô tô của Tây Ban Nha chủ yếu thuộc sở hữu nước ngoài. Các công ty đa quốc gia kiểm soát một nửa số công ty sản xuất thực phẩm, một phần ba công ty hóa chất và hai phần ba lĩnh vực xi măng. Một số quỹ đầu tư nước ngoài đã mua lại mạng lưới từ các ngân hàng Tây Ban Nha và các công ty nước ngoài kiểm soát khoảng một phần ba thị trường bảo hiểm.

Chính phủ Tây Ban Nha công nhận giá trị của đầu tư nước ngoài. Tây Ban Nha mang đến cơ hội đầu tư vào các lĩnh vực và hoạt động có giá trị gia tăng đáng kể. Không có bất kỳ thay đổi lớn nào trong các quy định của Tây Ban Nha đối với đầu tư và ngoại hối dưới sự quản lý của Đảng Công nhân Xã hội Tây Ban Nha (PSOE) hiện tại, mới nhậm chức vào tháng 6 năm 2018. Luật Tây Ban Nha cho phép 100% sở hữu nước ngoài trong các khoản đầu tư (giới hạn áp dụng liên quan đến nghe nhìn giấy phép phát sóng), và hoàn toàn được tự do di chuyển vốn. Do mức độ cởi mở và khung pháp lý thuận lợi cho đầu tư nước ngoài, Tây Ban Nha đã nhận được các khoản đầu tư nước ngoài đáng kể vào các hoạt động thâm dụng tri thức trong vài năm qua. Vốn FDI mới vào Tây Ban Nha tăng 31,6% trong năm 2018 theo dữ liệu của Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch Tây Ban Nha, tiếp tục con đường gia tăng của dòng vốn FDI vào Tây Ban Nha bắt đầu đáng kể vào năm 2014. Năm 2018, 19,2% tổng đầu tư là các khoản đầu tư vào cơ sở vật chất mới hoặc mở rộng năng lực sản xuất, trong khi 59% tổng đầu tư là mua lại các công ty hiện có. Năm 2018, Hoa Kỳ có tổng đầu tư trực tiếp vào Tây Ban Nha là 984 triệu euro, chiếm 2,1% tổng vốn đầu tư và giảm 52% so với năm 2017. Nguồn vốn FDI của Hoa Kỳ tại Tây Ban Nha vẫn tương đối ổn định từ năm 2013 (33,9 tỷ USD) đến năm 2017 (33,1 tỷ USD).

## Chương 3: Kinh doanh hàng hóa và dịch vụ tại thị trường Tây Ban Nha

### Sử dụng đại lý hoặc nhà phân phối

Bao gồm việc sử dụng đặc thù các đại lý và nhà phân phối và làm cách nào để tìm một đối tác tốt, ví dụ: việc sử dụng một đại lý hoặc nhà phân phối là bắt buộc về mặt pháp lý.

Luật pháp bao trùm các hoạt động kinh doanh ở Tây Ban Nha tương tự như các quốc gia OECD (Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế) khác.

Các hình thức phổ biến nhất hầu hết các thỏa thuận ở Tây Ban Nha là:

- Thỏa thuận thương mại hoặc thỏa thuận phân phối độc quyền: Nhà cung cấp đồng ý cung cấp sản phẩm của mình cho một số nhà phân phối trong một lãnh thổ cụ thể và đồng ý không bán chính những sản phẩm đó trong lãnh thổ của nhà phân phối độc quyền.

- Thỏa thuận phân phối độc quyền: Bao gồm các quy định trong Thỏa thuận phân phối độc quyền nêu trên và bảo lưu quyền của nhà phân phối để cung cấp một số sản phẩm cho người dùng trong lãnh thổ nhượng quyền.

- Thỏa thuận phân phối được ủy quyền theo hệ thống phân phối chọn lọc: Nhà phân phối được chọn theo khả năng xử lý các sản phẩm phức tạp về mặt kỹ thuật và giữ lại một hình ảnh hoặc tên thương hiệu nhất định.

- Thỏa thuận đại lý: Đại lý quảng bá và bán các sản phẩm như thể họ là nhà cung cấp chính; thông báo cho nhà cung cấp chính về tất cả các vấn đề liên quan đến đại lý.

- Các thỏa thuận của đại lý ủy thác: Tham gia vào các cam kết không thường xuyên hay dành cho một dịp đặc biệt; tác nhân tạo điều kiện cho việc ký kết thỏa thuận nhưng cuối cùng không đại diện cho một trong hai bên.

- Các mô hình hợp đồng phân phối và điều khoản có sẵn trên mạng từ cửa hàng sách của Phòng Thương mại Quốc tế (<https://iccwbo.org/resource-for-business/model-contucuses-clauses/>). Các hợp đồng nên được các luật sư xem xét trước khi ký.

Các tiêu chuẩn của EU cung cấp sự bảo vệ cho các đại lý thương mại tự làm chủ, thay đổi các điều khoản, cạnh tranh trên thị trường nội bộ và sự chậm trễ thanh toán. Các công ty có khiếu nại liên quan đến quản lý không hiệu quả có thể liên hệ với Thanh tra viên Châu Âu, nơi sẽ điều tra các trường hợp.

### Thành lập văn phòng

Bao gồm các bước liên quan đến việc thành lập một văn phòng địa phương.

Có hai lựa chọn cho các doanh nghiệp quan tâm đến việc thành lập văn phòng tại Tây Ban Nha: kết hợp một công ty con hoặc thành lập chi nhánh. Cả hai lựa chọn đều có tư cách pháp nhân đầy đủ và lợi nhuận của họ phải chịu thuế ở Tây Ban Nha. Chúng tôi đề nghị các công ty nên có tư vấn pháp lý để hỗ trợ trong quá trình này.

- Một công ty con có thể là một trong những công ty sau: một Tập đoàn, một công ty trách nhiệm hữu hạn công (Sociedad Anónima, SA) hoặc một công ty TNHH tư nhân (Sociedad de Responsabilidad Limitada, SL hoặc SRL).

- Cấu trúc của SA phù hợp hơn cho các hoạt động lớn hơn và SL cho nhỏ hơn.

- Các công ty (S.A.) và các công ty trách nhiệm hữu hạn (S.L.) giống nhau ở chỗ các cổ đông

không chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty và bị giới hạn trong đóng góp của họ. Sự khác biệt chính giữa các thực thể này là:

- + Vốn (tối thiểu 60.000 eur hay 70.860 USD so với 3.000 eur hay 3.543 USD);
- + Số lượng thành viên sáng lập (ba so với hai);
- + Tính linh hoạt được phép tại các cuộc họp chung, chuyển nhượng cổ phần và quản lý của một S.L.

Các bước để thành lập hợp pháp một chi nhánh là:

- Đăng ký tên công ty: Nộp đơn lên Trung tâm đăng ký Mercantile. Giấy chứng nhận có hiệu lực hai tháng.
- Khai báo đầu tư cho Bộ Kinh tế và Năng lực cạnh tranh Tây Ban Nha.
- Công chứng chứng thư hợp nhất.
- Thuế chuyển nhượng tài sản và thuế tài liệu tổ tụng: Các loại thuế này dành cho các hợp nhất mới (khoảng 1% vốn cổ phần).
- Yêu cầu mã số thuế (thường được gọi là NIF - Número de Identificación Frypt): Điều này phải được thực hiện trong vòng 30 ngày làm việc kể từ khi ký chứng thư công. NIF sẽ có trong vòng sáu tháng kể từ ngày nộp đơn.
- Đăng ký công ty trong Sổ đăng ký Mercantile: Việc này được thực hiện tại cơ quan đăng ký công ty đúng với địa chỉ chính thức của công ty. Trung bình, phải mất hai tháng để hoàn thành đăng ký. Chính phủ Tây Ban Nha và các phòng thương mại địa phương đã tạo ra một “Ventanilla Unica” (One Stop Shop - Cửa hàng một điểm đến) (<https://www.camara.es/en/setting-businesses>) để đơn giản hóa quá trình thành lập doanh nghiệp ở Tây Ban Nha.

Trang web của Bộ Kinh tế và Cạnh tranh Tây Ban Nha, Đầu tư ở Tây Ban Nha, có các chương cụ thể đề cập đến việc thành lập công ty kinh doanh tại Tây Ban Nha và Công ty và Luật thương mại. Thông tin bằng tiếng Anh về cách mở doanh nghiệp hoặc thành lập văn phòng tại: Đầu tư vào Tây Ban Nha, Thành lập doanh nghiệp (<http://www.investinspain.org/invest/en/index.html>).

## Marketing trực tiếp

Marketing trực tiếp nói chung tiếp tục là một hoạt động quảng cáo quan trọng ở Tây Ban Nha bất chấp sự phát triển vững chắc của thương mại điện tử. Tây Ban Nha hiện là thị trường B2C lớn thứ tư tại EU, sau Anh, Đức và Pháp. Đầu tư vào marketing phi truyền thống tiếp tục tăng, đạt 7,3 tỷ Euro (7,8 tỷ USD) trong năm 2018, tăng 1,3% so với năm trước. Các danh mục chính bao gồm: marketing cá nhân hóa, giảm 0,9% xuống còn 1,9 tỷ Euro (2,4 tỷ USD); quảng cáo tại chỗ, tăng 5,9% lên 1,73 tỷ Euro (1,84 tỷ USD) và tiếp thị qua điện thoại tăng 10% lên 1,57 tỷ Euro (1,44 tỷ USD). Một sự gia tăng quan trọng được đăng ký trong tiếp thị di động (nhắn tin, quảng cáo, ứng dụng) đạt 53,8 triệu Euro (63 triệu USD) trong năm 2018, tăng 44% so với năm 2017.

Một loạt các luật pháp EU bao gồm lĩnh vực marketing trực tiếp được áp dụng ở Tây Ban Nha. Các công ty được yêu cầu cung cấp thông tin đầy đủ và minh bạch cho người tiêu dùng trước khi mua, cũng như thông tin chi tiết về các thủ tục được tuân theo để thu thập và sử dụng dữ liệu khách hàng. Yêu cầu tuân thủ là kiên quyết để tiếp thị và bán hàng cho người tiêu dùng cá nhân. Luật mới có hiệu lực vào năm 2014 liên quan đến bán hàng từ xa cho người tiêu dùng và

bán trước cửa, cùng với các điều khoản hợp đồng không công bằng và hàng tiêu dùng và bảo lãnh liên quan. Chỉ thị quy định thông tin cốt lõi sẽ được cung cấp bởi các thương nhân trước khi ký kết hợp đồng tiêu dùng, cũng như quy định quyền thu hồi. Chỉ thị cũng bao gồm các quy tắc về chi phí cho việc sử dụng các cách thức thanh toán.

EU có một bộ quy tắc duy nhất, có tiêu đề là Chỉ thị quyền của người tiêu dùng. Nó bao gồm các lĩnh vực quan trọng của Bán hàng từ xa cho người tiêu dùng, Bán hàng tận nhà, Dịch vụ tài chính và Thương mại điện tử.

Niềm tin là một yếu tố cạnh tranh quan trọng trong thị trường này. Hiệp hội thương mại điện tử và tiếp thị trực tiếp Tây Ban Nha (Asociación Española de la economía Digital) đặt tầm quan trọng vào việc tạo niềm tin của người tiêu dùng lớn hơn và yêu cầu các thành viên tuân theo một số quy tắc đạo đức, bao gồm cả quy tắc tự điều chỉnh cho quảng cáo điện tử.

Như đã nêu về luật pháp mới của EU (Quy định bảo vệ dữ liệu chung (GDPR) về quyền riêng tư dữ liệu có hiệu lực vào tháng 5 năm 2018, thay thế cho Chỉ thị bảo vệ dữ liệu trước đó 1995/46. GDPR áp dụng ở tất cả các quốc gia thành viên của EU, bao gồm cả Tây Ban Nha. Đây là một luật riêng tư áp dụng cho tất cả các ngành và cho tất cả các công ty thuộc mọi quy mô.

### **Liên doanh/Giấy phép**

Thảo luận về các yêu cầu/lựa chọn pháp lý cho liên doanh/cấp phép ở thị trường này.

Giấy phép thỏa thuận ở Tây Ban Nha có thể bao gồm quyền sở hữu công nghiệp (bằng sáng chế, mô hình tiện ích và nhãn hiệu), quyền sở hữu trí tuệ (quyền sử dụng cho các tác phẩm văn học, khoa học, nghệ thuật hoặc phần mềm), bí quyết hoặc sử dụng công nghệ khác. Cách làm của Tây Ban Nha cho phép linh hoạt khi đàm phán các điều khoản và điều kiện của thỏa thuận. Các điều khoản phổ biến bao gồm:

- Điều khoản độc quyền, bao gồm cả nghĩa vụ mua hàng độc quyền.
- Các biện pháp để hạn chế hoạt động thương mại của người cấp phép.
- Bảo mật và nghĩa vụ không cạnh tranh.
- Nghĩa vụ liên quan đến cải tiến và đổi mới (điều này bao gồm cập nhật các quyền được cấp cho người được cấp phép và gửi thông báo đến cho người cấp phép biết được các đổi mới được phát triển bởi người được cấp phép).
- Bồi thường, trong trường hợp vi phạm hợp đồng.

Các công ty nước ngoài cũng có thể thâm nhập thị trường Tây Ban Nha thông qua các liên doanh.

### **Bán hàng cho chính phủ**

Thảo luận về các yêu cầu pháp lý để bán cho chính phủ sở tại, bao gồm cả việc chính phủ có đồng ý tuân theo Thỏa thuận mua sắm của chính phủ của WTO hay là một bên tham gia chương mua sắm của chính phủ trong FTA với một quốc gia khác. Chỉ định các khu vực có cơ hội.

Mua sắm chính phủ Tây Ban Nha tuân theo nguyên tắc giá trị tốt nhất thông qua cạnh tranh. Không có chính sách ưu tiên trong nước, hoặc phân biệt đối xử với các nhà cung cấp nước ngoài, tuy nhiên Chính phủ Tây Ban Nha không khuyến khích cơ hội đầy đủ và công bằng cho các nhà cung cấp Tây Ban Nha.

Tại Tây Ban Nha, tất cả các cấp chính quyền – từ chính quyền trung ương, cộng đồng tự trị, các thánh phố tự trị đến các công ty có ít nhất 50% quyền sở hữu của chính phủ - phải tuân theo các thực hành mua sắm cụ thể theo quy định của Luật Hợp đồng năm 2017 của khu vực nhà nước, Luật 9/2017 ngày 8 tháng 11 (bằng tiếng Tây Ban Nha) (<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2017-12902>). Các cơ quan nhà nước được phép ký hợp đồng hoặc yêu cầu nguồn tài chính thay mặt cho Chính phủ là:

- Chính phủ trung ương: Bộ trưởng và Bộ trưởng Bộ ngoại giao
- Cộng đồng tự trị: Đại diện hợp pháp được thành lập bởi chính quyền địa phương (thường là thành viên của nội các) chính quyền thành phố tự trị: Thị trưởng hoặc bất kỳ quan chức chính thức nào được chỉ định.
- Công ty nhà nước: Giám đốc điều hành

Thủ tục đấu thầu cho một đấu thầu cụ thể là tương đối đơn giản. Tất cả các đề xuất cho hồ sơ dự thầu là bí mật và phải được đính kèm theo tài liệu thích hợp. Thông tin này nên bao gồm:

- Đại diện hợp pháp đã được công ty chấp nhận.
- Chứng minh năng lực kinh tế và tài chính để đáp ứng tất cả các nghĩa vụ và năng lực kỹ thuật hoặc chuyên môn cộng với một tờ khai công bố rằng công ty không bị cấm ký hợp đồng.
- Chứng minh bảo lãnh tạm thời, theo yêu cầu của các điều kiện tham gia, đã được ký quỹ. Đối với các công ty nước ngoài, tòa án Tây Ban Nha chính thức công nhận quyền tài phán (nếu cần thiết).
- Xác nhận rằng tất cả các nghĩa vụ tài chính và an sinh xã hội đã được đáp ứng.

Các công ty nước ngoài nên quan tâm đến việc đấu thầu hợp đồng với Cơ quan hành chính công phải tuân thủ Luật Mua sắm khu vực công của Tây Ban Nha (Ley de contratos del sector Público). Các công ty cũng phải chứng minh bằng tài liệu việc tuân thủ của họ với Đại sứ quán Tây Ban Nha ở nước của bạn.

Quyết định mua sắm thường được thực hiện ở cấp bộ hoặc cơ quan tương ứng. Tuy nhiên, đối với một số loại sản phẩm, Tổng cục Mua sắm Tây Ban Nha đã mở một cơ chế đấu thầu tập trung sử dụng đăng ký trực tuyến cho các nhà thầu và mở thầu. Những loại này bao gồm máy tính, xe cộ, thiết bị văn phòng và sưởi ấm.

EU đã tham gia Hiệp định mua sắm chính phủ (GPA) của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Điều này có nghĩa là các công ty có trụ sở ở nước ngoài có thể đấu thầu các hợp đồng cung cấp và dịch vụ từ các cơ quan ký kết hợp đồng công châu Âu. Tuy nhiên, có những hạn chế đối với các nhà cung cấp của nước ngoài trong lĩnh vực tiện ích của EU, cả trong Chỉ thị Tiện ích của EU và trong phạm vi của GPA của EU.

Để biết thêm thông tin, vui lòng truy cập trang web mua sắm công của EU tại Liên minh Châu Âu

(<https://2016.export.gov/europeanunion/marketresearch/eufundingandgovernmentprocurementsectors/index.asp>).

### **Kênh phân phối & bán hàng**

Thảo luận về mạng lưới phân phối trong nước từ cách các sản phẩm đi đến đích cuối cùng như thế nào, bao gồm độ tin cậy và điều kiện của các cơ chế phân phối, trung tâm phân phối chính, cảng,...

Các kênh bán hàng cho người tiêu dùng đã phát triển đáng kể trong vài năm qua. Trong khi phương thức bán buôn truyền thống bán trực tiếp cho các cửa hàng nhỏ vẫn tiếp diễn, các trung tâm mua sắm và mua sắm trực tuyến đang phát triển nhanh chóng trên cả nước.

Madrid và Barcelona là hai trung tâm lớn cho thị trường địa phương. Phần lớn các đại lý, nhà phân phối, công ty con nước ngoài và các thực thể liên quan đến thương mại nước ngoài có mặt ở cả hai thành phố. Vào trang web “Đầu tư vào Tây Ban Nha” (<http://www.investinspain.org/invest/es/index.html>), bao gồm chi tiết về từng khu vực Tây Ban Nha, bao gồm các lĩnh vực chính về cơ hội và ưu đãi đầu tư.

Giá cả là một yếu tố rất quan trọng ở Tây Ban Nha, giống như ở thị trường Tây Âu. Mặc dù xuất khẩu hàng hóa của các thành viên EU sang Tây Ban Nha có mức thuế thấp hơn so với hàng hóa áp đặt cho hàng hóa của nước ngoài do Biểu thuế bên ngoài chung của EU, tỷ giá đồng euro và chi phí sản xuất thấp hơn có thể giúp các công ty Hoa Kỳ cạnh tranh với hàng xuất khẩu của EU.

ExIm Bank hiện có thể đóng vai trò tích cực hơn trong việc tài trợ cho xuất khẩu các sản phẩm và dịch vụ bằng cách tài trợ cho người mua Tây Ban Nha thông qua bảo lãnh cho vay.

### **Chuyên phát nhanh**

Thảo luận về sự phổ biến và độ tin cậy của các công ty chuyên phát nhanh trong nước, thời gian từ các thành phố lớn và các thủ tục hải quan có liên quan, bao gồm số tiền tối thiểu.

Các tập đoàn lớn trên toàn cầu như DHL, FedEx, UPS, ARAMEX và các tập đoàn khác hoạt động tại Tây Ban Nha và cung cấp dịch vụ chuyên phát nhanh. Thời gian vận chuyển khác nhau, nhưng đối với các gói hàng được vận chuyển từ Hoa Kỳ đến Tây Ban Nha, thời gian trung bình là 2-3 ngày, không bao gồm quá trình thông quan. Dịch vụ chuyên phát nhanh được phục vụ ở nhiều nơi trên toàn quốc.

Thủ tục và yêu cầu hải quan là tiêu chuẩn và có thể được tìm thấy trên trang web của Hải quan Tây Ban Nha.

### **Yếu tố và kỹ thuật bán hàng**

Xác định các thông lệ phổ biến cần lưu ý khi bán hàng ở thị trường này, ví dụ: liệu tất cả các tài liệu bán hàng có cần phải bằng ngôn ngữ địa phương hay không.

Mối quan hệ vẫn rất quan trọng trong việc bán hàng ở Tây Ban Nha, đôi khi cũng quan trọng như giá cả hoặc chất lượng, đặc biệt là doanh số lớn.

Quá trình ra quyết định trong một công ty Tây Ban Nha:

- Ở Tây Ban Nha, các giám đốc điều hành hàng đầu thường đưa ra các quyết định cho các cấp thấp hơn ở nơi khác.
- Các giám đốc điều hành này hành động sau khi các bộ phận khác nhau xem xét, làm cho quá trình bán hàng lâu hơn.
- Một chữ “có” ban đầu có thể có nghĩa là công ty sẽ nghiên cứu tình huống, nhưng không nhất thiết là họ sẽ mua sản phẩm.

Ngoài ra, một khi đối tác tiềm năng Tây Ban Nha của một công ty nước ngoài đã đồng ý bắt đầu mối quan hệ thương mại, công ty Tây Ban Nha thường mong đợi công ty nước ngoài dịch tất cả các tài liệu quảng cáo thương mại, thông số kỹ thuật và các tài liệu tiếp thị có liên quan khác sang tiếng Tây Ban Nha. Những người ra quyết định tại công ty Tây Ban Nha có thể kinh doanh bằng tiếng Anh với công ty nước ngoài, nhưng giao tiếp từ công ty nước ngoài đến

khách hàng của họ nên bằng tiếng Tây Ban Nha, nếu có thể, do họ thiếu thông thạo tiếng Anh.

Các cửa hàng bách hóa, đại siêu thị, trung tâm mua sắm và các cửa hàng rất chuyên biệt đang đưa ra khái niệm về độ tin cậy của khách hàng, bao gồm thẻ khách hàng, giảm giá tích lũy và ưu đãi đặc biệt cho khách hàng thường xuyên. Thương mại điện tử đang có ảnh hưởng đến một số phân khúc truyền thống của lĩnh vực tiếp thị trực tiếp, chẳng hạn như đặt hàng qua thư. Kỹ thuật bán hàng, xem xét thị hiếu của khách hàng địa phương, rất giống với những người trong phần còn lại của người phương Tây.

### **Thương mại điện tử**

Thương mại điện tử được sử dụng rộng rãi, các lĩnh vực chính bán thông qua thương mại điện tử và số lượng sản phẩm/dịch vụ trong mỗi lĩnh vực được bán thông qua thương mại điện tử so với bán lẻ truyền thống. Bao gồm những gì một công ty cần biết để tận dụng lợi thế của thương mại điện tử tại thị trường địa phương và, các trang web B2B nổi tiếng, có uy tín.

#### *Tổng quát*

Trong năm 2018, lĩnh vực thương mại điện tử Tây Ban Nha tiếp tục xu hướng rất tích cực của những năm gần đây, cả trong lĩnh vực B2C và B2B. Lĩnh vực này vẫn có tính cạnh tranh cao và mang đến cơ hội cho các công ty nước ngoài.

Đối với mục đích tham khảo, Tây Ban Nha được coi là thị trường B2C lớn thứ tư tại EU, sau Anh, Đức và Pháp. Sự thâm nhập Internet ở Tây Ban Nha ước tính là 86%.

#### *Xu hướng thị trường hiện tại*

Với mức độ thâm nhập internet cao (86%), tiềm năng cho thương mại điện tử là rất cao. Hiện tại có ba xu hướng chính trong thị trường thương mại điện tử Tây Ban Nha: thứ nhất, logistics đã trở thành một điểm khác biệt quan trọng đối với người bán Tây Ban Nha kể từ khi đưa ra dịch vụ hàng đầu của Amazon. Thứ hai, Tây Ban Nha được coi là có một trong những tỷ lệ thâm nhập điện thoại thông minh lớn nhất ở châu Âu, thúc đẩy tăng trưởng thương mại điện tử. Cuối cùng, khi thị trường mở rộng, nhu cầu tích hợp phân tích, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và chatbot phù hợp hơn với những người tham gia trong ngành.

#### *Thương mại điện tử trong nước (B2C)*

Thương mại điện tử B2C đã tăng 25% trong năm 2018 lên 24 tỷ Euro (28 tỷ USD) với mức tăng trưởng hai chữ số ước tính cho những năm tới. Các loại sản phẩm hàng đầu để mua hàng trực tuyến của người tiêu dùng là du lịch và khách sạn, dịch vụ vé, quần áo, đồ điện tử và thực phẩm, với giá trị của hầu hết các giao dịch mua từ 100 – 500 USD. Thẻ tín dụng là một trong những phương thức thanh toán được sử dụng rộng rãi nhất. Ủy ban Cạnh tranh và thị trường Tây Ban Nha đã phát triển dữ liệu thống kê chi tiết (<http://data.cnmc.es/datagraph/>) theo quý, dựa trên thông tin thanh toán thẻ tín dụng cho các giao dịch thương mại điện tử. AliExpress&Wallapop là những ứng dụng bán lẻ phổ biến nhất trên các thiết bị di động. 85% mua hàng trực tuyến của Tây Ban Nha được thực hiện từ các trang web của Tây Ban Nha. (Nguồn: <https://www.eccommercefoundation.org/blog/news-and-publications-1/post/press-release-2018-ecommerce-report-spain-12>).

#### *Thương mại điện tử xuyên biên giới*

92% thương mại điện tử xuyên biên giới là với các nước EU khác. Tuy nhiên, báo cáo của Tổ chức thương mại điện tử 2018 về Tây Ban Nha, cho biết các giao dịch mua trực tuyến từ các quốc gia không rõ nguồn gốc ở mức 10%.



### *Thương mại điện tử B2B*

Theo Văn phòng thống kê Tây Ban Nha (<https://www.ine.es/>), chỉ khoảng 20% công ty có hơn 10 nhân viên bán hàng trong năm 2017 và 2018 thông qua thương mại điện tử, trong khi 32% thực hiện mua hàng.

### *Dịch vụ thương mại điện tử*

Số lượng các công ty và điểm quan trọng nhất của các dịch vụ liên quan đến Thương mại điện tử của họ liên quan đến logistics, kho vận chuyển và gần đây đã cho thấy sự tăng trưởng đáng kể ở Tây Ban Nha.

### *Quyền sở hữu trí tuệ thương mại điện tử*

Bằng sáng chế, bản quyền và luật thương hiệu của Tây Ban Nha tương đương hoặc vượt quá mức bảo vệ sở hữu trí tuệ của Liên minh Châu Âu. Tây Ban Nha là một bên tham gia Công ước Paris, Công ước Bern, Hiệp định Madrid về nhãn hiệu và Công ước bản quyền toàn cầu.

Vui lòng tham khảo phần Bảo vệ quyền sở hữu tài sản trên mạng trong Hướng dẫn thương mại quốc gia cho Tây Ban Nha, vì nó chứa thông tin chi tiết về Bảo vệ tài sản trí tuệ của bạn ở Tây Ban Nha.

### *Trang web thương mại điện tử phổ biến*

- Amazon (<https://www.amazon.es/>)
- Ebay (<https://www.ebay.es/>)
- El Corte Ingles (<http://www.elcorteingles.es/>)
- Mediamarkt (<https://www.mediamarkt.es/>)
- PC Componentes (<http://www.pccomponentes.com/>)
- Vente-Privee.com (<https://www.veepee.com/>)
- Zalando ([www.zalando.es](http://www.zalando.es))
- Zara (<https://www.zara.com/es/>)
- Carrefour (<https://www.zara.com/es/>)

### *Thanh toán online*

Phương thức thanh toán online được người tiêu dùng ở Tây Ban Nha thường sử dụng ước tính chiếm 90% tổng số, là bằng thẻ ghi nợ/thẻ tín dụng, tiếp theo là Paypal. Người chơi thương mại điện tử đang thêm các tùy chọn thanh toán/tài chính tiêu dùng mới để cải thiện tỷ lệ chuyển đổi.

### *Thương mại điện tử di động*

Sự phát triển của Thương mại điện tử di động rất có ý nghĩa ở Tây Ban Nha và hầu hết các nhà bán lẻ đang điều chỉnh sự hiện diện trực tuyến của họ cho phân khúc này, không chỉ vì sự thay đổi trong thuật toán xếp hạng tại các công cụ tìm kiếm, mà bởi vì đây là xu hướng được người dùng cuối cùng chấp nhận. Ước tính là trong năm 2016, gần 15% doanh số tại các cửa hàng trực tuyến đã được tạo ra thông qua điện thoại thông minh/máy tính bảng.

### *Tiếp thị kỹ thuật số*

Chi tiêu quảng cáo kỹ thuật số được ước tính là 1,7 tỷ Euro vào năm 2017, theo Báo cáo chi tiêu quảng cáo kỹ thuật số của IAB Tây Ban Nha. Nó bao gồm SEM, hiển thị video và chiếm

31,6% tiếp thị truyền thông, chỉ sau truyền hình chiếm 38,6% đầu tư. (Nguồn: [https://www.slideshare.net/IAB\\_Europe/iab-spain-digital-ad-spend-2017-report](https://www.slideshare.net/IAB_Europe/iab-spain-digital-ad-spend-2017-report))

### *Những ngày lễ mua nhiều*

- Epiphany/Ngày của ba vị vua (ngày 6 tháng 1 năm 2020)
- Ngày lễ tình nhân (ngày 14 tháng 2 năm 2020)
- Ngày của Cha (ngày 19 tháng 3 năm 2020)
- Ngày của Mẹ (ngày 4 tháng 5 năm 2020)
- Black Friday/Cyber Monday (ngày 28 tháng 11 năm 2019) - Mặc dù Lễ Tạ ơn không phải là một ngày lễ ở Tây Ban Nha.
- Giáng sinh (ngày 25 tháng 12)

### *Truyền thông xã hội*

Facebook là công cụ truyền thông xã hội được sử dụng nhiều nhất ở Tây Ban Nha (91%), tiếp theo là WhatsApp (89%), YouTube (71%), Twitter (50%) và Instagram (45%), theo Báo cáo thường niên của Mạng xã hội phát hành bởi IAB Tây Ban Nha. Tuy nhiên, 51% người tiêu dùng kiểm tra trang web thương hiệu chính thức trước khi mua, so với 27% trên phương tiện truyền thông xã hội. Hiện tại có 28 triệu người dùng phương tiện truyền thông xã hội đang hoạt động (60% tổng dân số) ở Tây Ban Nha, 24 triệu trong số đó là người dùng phương tiện truyền thông xã hội di động. Điều này thể hiện mức tăng lần lượt 3,7% và 4,3% từ năm 2018. (Nguồn: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-spain-en-january-2019-v01>)

### **Xúc tiến thương mại và quảng cáo**

Bao gồm các liên kết web đến hội chợ thương mại địa phương hoặc chiến dịch của nhà nước và các tờ báo địa phương, ấn phẩm thương mại, radio/TV/Truyền hình cáp.

Mục tiêu chính của cơ quan thương mại Tây Ban Nha là giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ thâm nhập thị trường Tây Ban Nha. Một trong những công cụ có giá trị nhất của chúng tôi là tư vấn, bao gồm xác định các chiến lược xúc tiến thương mại tốt nhất có thể cho các sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể.

Chúng tôi cung cấp nhiều dịch vụ khác nhau để tạo điều kiện cho hàng xuất khẩu của nước ngoài sang thị trường này và các nước khác trong Châu Âu. Truy cập trang web của chúng tôi (<https://2016.export.gov/spain/>) để tìm hiểu thêm về các dịch vụ của chúng tôi hoặc liên hệ với văn phòng của chúng tôi ([Madrid.Office.Box@trade.gov](mailto:Madrid.Office.Box@trade.gov)).

Cơ quan thương mại Madrid có mối quan hệ chặt chẽ với các cơ quan hội chợ thương mại chính của nhà nước, tức là ở Madrid, Barcelona, Valencia và Bilbao và tích cực hỗ trợ các triển lãm thương mại hàng đầu tại các thành phố này.

### *Truyền thông Tin tức*

Bình quân Tây Ban Nha có nhiều tờ báo và tạp chí hơn bất kỳ quốc gia châu Âu nào khác. Tuy nhiên, chỉ có 22,7% người Tây Ban Nha đọc báo mỗi ngày, một con số đã giảm dần trong 9 năm qua. Mặc dù lượng đọc giả thấp, các tờ báo vẫn có ảnh hưởng lớn đến các chương trình tin tức và nội dung chương trình của phương tiện truyền thông phát sóng. Báo chí Tây Ban Nha nhắm tới đường lối biên tập ủng hộ cho một nhóm chính trị cụ thể.

Các tờ báo chính:

- El País - center-left, regarded as the nation's paper of record (<https://elpais.com/?cp=1>)
- El Mundo - center-right (<https://www.elmundo.es/>)
- ABC - center-right (<https://www.abc.es/>)
- La Razón - center-right (<https://www.larazon.es/>)
- La Vanguardia - centrist, based in Barcelona (<https://www.lavanguardia.com/>)
- El Periódico - center-right business journal (<https://www.elperiodico.com/es/>)

Hơn 140 tờ nhật báo khác nhau (chủ yếu là địa phương hoặc khu vực) cộng với 6 tờ báo bổ sung được công bố tại Tây Ban Nha. Báo thể thao hàng ngày Marca đánh giá là phổ biến nhất (độc giả 1.744.000). Mặc dù Tây Ban Nha đã chính thức hồi phục sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008, các phòng tin tức của Tây Ban Nha vẫn phải chịu những tác động của một ngành thu hẹp, đã thay đổi chuyển từ báo giấy sang online. Các công ty báo chí đã thấy doanh thu quảng cáo của họ giảm hơn 40% và tất cả đã phải chịu tác động của những độc giả đã từ bỏ giấy báo mà bây giờ nhận được tin tức của họ từ internet (78,9%). Các nền tảng chỉ dành cho kỹ thuật số, dẫn đầu bởi [www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com), đã trở thành những người chơi hàng đầu trong thị trường tin tức Tây Ban Nha. Tất cả các tờ nhật báo quốc gia đều có các trang tin tức trực tuyến, phổ biến nhất trong số các khán giả trẻ. Trong khi các trang web này có lượng độc giả ngày càng tăng, các hãng tin phải đối mặt với thách thức về cách kiếm tiền từ các nền tảng của họ ngoài quảng cáo trực tuyến. Một số phương tiện truyền thông đang xem xét việc tạo ra các bức tường trả tiền để truy cập trang web của họ, nhưng lo lắng về việc mất thị phần do có sẵn nhiều tin tức miễn phí trên mạng. Các kế hoạch ban đầu để mở các bức tường trả tiền trong các phương tiện truyền thông chính của Tây Ban Nha đã được lên kế hoạch cho Quý đầu tiên của năm 2019, nhưng đã bị hoãn lại ít nhất là vào cuối năm 2019.

Theo số liệu của Hiệp hội Nhà báo của Madrid, ít nhất 14.000 nhà báo đã mất việc trong 7 năm qua và gần 400 cơ quan truyền thông đã đóng cửa, bao gồm hai trong số ba tờ báo miễn phí lớn và nhiều tạp chí quan trọng đặc biệt. Các nhóm truyền thông đã thực hiện tất cả các chương trình cắt giảm chi phí nghiêm trọng đã làm giảm đáng kể nhân viên phòng tin tức.

6 công ty truyền thông lớn đang sở hữu hầu hết các cơ quan truyền thông ở Tây Ban Nha là:

- Grupo Prisa (<https://www.prisa.com/en>)
- Grupo Godó (<https://www.grupogodo.com/>)
- Grupo Zeta (<http://www.grupozeta.es/>)
- Grupo Planeta (<https://www.planeta.es/es>)
- Vocento (<https://www.vocento.com/>)
- Grupo Voz ([www.lavozdegalicia.es](http://www.lavozdegalicia.es))

Hầu như mọi nhà ở Tây Ban Nha đều có một chiếc tivi (99,7%) và nó là phương tiện truyền thông được theo dõi nhiều nhất (85%). Giờ xem cao điểm là từ 2:00 - 4:00 p.m. và 9:00 - 11:30 p.m. Đài phát thanh nhà nước Televisión Española (<https://www.rtve.es/>) (TVE 1 và TVE 2) và các đài khu vực do chính phủ tự trị điều hành đã được bổ sung thêm 5 kênh thương mại tư nhân quốc gia: Antena 3, Telecinco, La Sexta (<https://www.lasexta.com/>) và Cuatro TV (<https://www.cuatro.com/>) (theo khán thính giả). Một sự hợp nhất giữa Telecinco và Cuatro đã được hoàn thành vào năm 2010; cả hai trạm vẫn còn trên không. Một vụ sáp nhập thứ hai diễn ra vào năm 2011 giữa Antena3 và La Sexta để đáp ứng với tình hình tài chính thảm khốc sau này.

Khoảng 57,5% người Tây Ban Nha nghe radio mỗi ngày trong gần hai giờ, chủ yếu trên các kênh FM và radio vẫn là phương tiện tin tức đáng tin cậy nhất. Giờ nghe cao điểm là vào sáng sớm và tối muộn. Các đài phát thanh lớn và dịch vụ tin tức điện tín bao gồm:

Các trạm tư nhân:

- Cadena SER (<https://play.cadenaser.com/>), là đài phát thanh hàng đầu Tây Ban Nha với lượng khán giả trung bình 3,9 triệu người nghe
- Đã vượt qua Onda Cero là đài phổ biến thứ hai trong năm qua và hiện có 2,6 triệu người nghe.
- Onda Cero (<https://www.ondacero.es/>), giảm xuống đứng thứ ba với 1,7 triệu người nghe.

Trạm thuộc sở hữu của chính phủ: RNE (<https://www.rtve.es/radio/>), 1,2 triệu người nghe.

Cơ quan chuyên hóa thông tin thuộc sở hữu tư nhân: Agencia EFE (<https://www.efe.com/efe/espana/1>)

Cơ quan chuyên hóa thông tin do chính phủ sở hữu:

- Báo chí Europa (<https://www.europapress.es/>)
- Colpisa (<http://www.colpisa.com/>)
- Servimedia (<https://www.servidia.es/>)

### **Định giá**

Thực tiễn về giá ở Tây Ban Nha tương tự như ở Hoa Kỳ, mặc dù mức chênh lệch có xu hướng cao hơn một chút. Có sự minh bạch hơn trong hoa hồng đại lý và nhà phân phối ở châu Âu so với Hoa Kỳ.

Sản phẩm và dịch vụ ở Tây Ban Nha phải chịu Thuế giá trị gia tăng (VAT, hoặc IVA bằng tiếng Tây Ban Nha). Hiện tại, thuế suất VAT chung là 21%.

- VAT trên một số sản phẩm chăm sóc sức khỏe là 21%, tức là thiết bị và dụng cụ y tế, dược phẩm,...
- Giảm 10% thuế suất VAT được áp dụng cho một số hàng hóa và dịch vụ bao gồm nguyên liệu, động vật và rau quả dùng làm thực phẩm cho người và động vật, hàng hóa dùng cho hoạt động nông nghiệp, thuốc cho mục đích thú y, một số sản phẩm chăm sóc sức khỏe, ví dụ như kính theo toa, lắp ghép bộ phận giả hoặc thay thế bộ phận giả, xe lăn, nạng, dải vải băng vết thương/chỗ bị thương,...
- Một tỷ lệ cực thấp 4% được áp dụng cho các thực phẩm cơ bản như bánh mì, các sản phẩm từ sữa, trứng, trái cây và rau quả, sách và báo. Nhiều mặt hàng trước đây bị đánh thuế ở mức thấp và hiện phải chịu đầy đủ 21%.
- Thuế VAT không được áp dụng ở Quần đảo Canary, Ceuta và Melilla, nhưng thuế gián thu chung được áp dụng ở Quần đảo Canary. Thuế này cũng được tăng vào năm 2012, với tỷ lệ đã được giảm tăng từ 2 đến 3%, tỷ lệ tiêu chuẩn từ 5 đến 7% và tỷ lệ tăng từ 9 đến 9,5% và 13 đến 13,5%.

Chi tiết bổ sung về chế độ VAT ở Tây Ban Nha và trên hệ thống thuế của Tây Ban Nha (<http://www.investinspain.org/invest/en/-invest-in-spain/taxes/index.html>)

Điều khoản thanh toán thường dựa trên 15, 30, 60 và trong một số trường hợp nhất định, thời hạn 90 ngày. Mặc dù có một chỉ thị của EU bao gồm các khoản thanh toán, nhưng thực tế phổ biến ở Tây Ban Nha là các tập đoàn lớn và các nhà bán lẻ lớn đàm phán hoặc áp đặt các điều khoản thanh toán lâu hơn lên đến 4 đến 6 tháng. Chính phủ Tây Ban Nha đã hoãn lại thanh toán trước đây.

Thời gian trả nợ hiện tại được phép là:

- Công ty tư nhân lên tới 60 ngày
- Hành chính công tối đa 30 ngày
- Công trình công cộng lên đến 60 ngày.

Cuộc khủng hoảng kinh tế (2008-2014) đã khiến tình hình thanh toán ở Tây Ban Nha xấu đi đáng kể, với việc hoàn trả trong khu vực công vượt đáng kể so với khung thời gian quy định. Chính phủ cho phép tài trợ đặc biệt vào đầu năm 2014 để thanh lý các khoản bồi hoàn chưa thanh toán của các cơ quan hành chính nhà nước. Pháp luật cũng được ban hành để cố gắng đảm bảo rằng các nghĩa vụ trong tương lai được đáp ứng kịp thời.

EU cũng tìm cách chống lại sự chậm trễ thanh toán. Tất cả các giao dịch thương mại trong EU, cho dù là trong khu vực công hay tư nhân, chủ yếu giải quyết hậu quả của việc thanh toán trễ, đều được quy định trong Chỉ thị 2011/7/EU. Tuy nhiên, giao dịch với người tiêu dùng không thuộc phạm vi của Chỉ thị này.

Chỉ thị 2011/7/EU cho phép người bán không nhận được thanh toán cho hàng hóa và/hoặc dịch vụ trong vòng 30 ngày kể từ thời hạn cuối cùng thanh toán để thu lãi (với tỷ lệ 8% so với lãi suất của Ngân hàng Trung ương Châu Âu) cũng như 40 EUR bồi thường để thu hồi chi phí. Đối với các giao dịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, thời hạn 60 ngày có thể được đàm phán tùy theo điều kiện. Người bán cũng có thể giữ lại quyền sở hữu đối với hàng hóa cho đến khi thanh toán được hoàn thành và có thể yêu cầu bồi thường đầy đủ cho tất cả các chi phí thu hồi. Thông tin thêm về Chỉ thị của EU về sự chậm trễ thanh toán (<https://ec.europa.eu/growth/smes/support/late-payment/>)

#### *Dịch vụ bán hàng/Hỗ trợ khách hàng*

Người tiêu dùng Tây Ban Nha đang trở nên khắt khe hơn khi nói đến dịch vụ hậu mãi và dịch vụ khách hàng. Ở cấp độ công nghiệp, dịch vụ và hỗ trợ kỹ thuật vẫn là một yếu tố cạnh tranh quan trọng. Dịch vụ hậu mãi là một điều kiện tiên quyết để mua sắm của chính phủ.

Dịch vụ khách hàng không được phát triển như ở Hoa Kỳ; mặc dù vậy, các cửa hàng bách hóa lớn hơn và các nhà bán lẻ mới (thường là nước ngoài) có chính sách hoàn trả tương tự như ở Hoa Kỳ. Trong những năm gần đây, các tổ chức khách hàng và người dùng cuối đã đạt được những nỗ lực để có được sự bảo vệ và đối xử công bằng hơn cho người tiêu dùng. Những thực thể này tương tự như Văn phòng kinh doanh tốt hơn. OCU (Organización de Consumidores y Usuario) (<http://www.ocu.org/>) là tổ chức tốt nhất trong số các thực thể này.

OCU, Organización Consumidores y Usuarios

Calle Albarracín, 21

28037 Madrid

Tel: 902 300 187

Fax: 917 543 870

Nhà sản xuất chịu trách nhiệm về thiệt hại do lỗi của sản phẩm của mình theo Chỉ thị 1985 về Trách nhiệm đối với các sản phẩm bị (<https://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/free-movement-sectors/liability-defective-products/>). Nạn nhân phải chứng minh sự tồn tại của khuyết tật và mối liên hệ nhân quả giữa khuyết tật và thương tích (cơ thể cũng như vật chất). Giảm trách nhiệm được cấp trong các trường hợp sơ suất của nạn nhân.

### *An toàn sản phẩm*

Chỉ thị an toàn sản phẩm chung của EU (<https://ec.europa.eu/info/depeces/justice-and-consumption>) yêu cầu nhà sản xuất và nhà phân phối phải thông báo cho Ủy ban trong trường hợp có vấn đề với một sản phẩm cụ thể. Chỉ thị cũng bao gồm các quy định về thu hồi sản phẩm, tạo ra Mạng lưới an toàn sản phẩm châu Âu và cấm xuất khẩu sản phẩm sang các nước thứ ba không được xem là an toàn tại EU.

### *Giấy bảo hành hợp pháp và dịch vụ hậu mãi*

Theo Chỉ thị 1999 về Bán hàng tiêu dùng và giấy bảo hành kèm theo, người bán hàng chuyên nghiệp được yêu cầu bảo hành tối thiểu hai năm đối với tất cả hàng hóa tiêu dùng được bán cho người tiêu dùng. Các biện pháp khắc phục có sẵn cho người tiêu dùng trong trường hợp không tuân thủ theo quy định là:

- Sửa chữa hàng hóa;
- Thay thế (các) hàng hóa;
- Giảm giá; hoặc là
- Hủy bỏ hợp đồng mua bán

### *Thẩm định*

Kiểm tra và chứng nhận an toàn sản phẩm là bắt buộc đối với thị trường EU. Các nhà sản xuất và người bán hàng hóa nước ngoài phải thực hiện thẩm định (thực thi với một tiêu chuẩn chăm sóc nhất định) theo luật pháp bắt buộc của EU trước khi xuất khẩu.

Dịch vụ khách hàng Tây Ban Nha cung cấp Hồ sơ Công ty Quốc tế và nhập liệu lưu trữ từ một cơ quan báo cáo tín nhiệm địa phương có đủ tư cách và trình độ chuyên môn. Thông tin thương mại và báo cáo tài chính cũng có sẵn từ khu vực tư nhân hoặc phòng thương mại địa phương.

Thông tin (<https://www.informa.es/>)

Axesor ([www.axesor.es/servicios/ingles/](http://www.axesor.es/servicios/ingles/))

### **Các dịch vụ chuyên nghiệp ở Tây Ban Nha**

Các dịch vụ chuyên nghiệp ở Tây Ban Nha tập trung vào luật pháp EU, tư vấn và phát triển kinh doanh có thể được xem trên trang web tại cơ quan thương mại của Liên minh Châu Âu.

Nên có được tư vấn pháp lý của Tây Ban Nha trước khi tham gia vào bất kỳ giao dịch kinh doanh phức tạp nào ở Tây Ban Nha. Một luật sư địa phương có thể hướng dẫn và hỗ trợ thành lập công ty con hoặc chi nhánh, thực hiện các giao dịch kinh doanh, đại diện cho một công ty trong các hợp đồng chính phủ hoặc thành lập quyền cư trú tại Tây Ban Nha.

### **Hạn chế bán sản phẩm và dịch vụ của nước ngoài**

Cung cấp thông tin về bất kỳ lĩnh vực hoặc dịch vụ sản xuất nào trong đó chỉ có công dân hoặc đại diện ở quốc gia đó được phép sở hữu hoặc bán.

Không có lĩnh vực hoặc dịch vụ mà chỉ có công dân Tây Ban Nha được phép sở hữu hoặc bán.

### *Nguồn website*

Bao gồm các trang web liên quan đến việc bán các sản phẩm và dịch vụ của nước ngoài tại quốc gia này, nêu bật các nguồn lực cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Liên đoàn thương mại điện tử và tiếp thị trực tiếp Tây Ban Nha (<https://www.fecemd.org/>)

Cục Kinh doanh chất lượng tốt hơn Tây Ban Nha (<http://www.ocu.org/>)

Pháp luật: Viễn thông, Công nghệ và Luật Internet (<http://www.legallink.es/?q=en>)

EU:

Phối hợp luật pháp của các quốc gia thành viên liên quan đến các đại lý thương mại tự làm chủ (Chỉ thị 86/653/EEC) (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31986L0653:EN:HTML>)

Chỉ thị về chậm trễ thanh toán (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:048:0001:0010:EN:PDF>)

Thanh tra của EU (<https://www.ombudsman.europa.eu/home>)

Chỉ thị Bảo vệ dữ liệu chung của EU (95/46/EC) (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1995:281:0031:0050:EN:PDF>)

Cảng an toàn (Safe Harbor)

Thông tin thỏa thuận dòng chảy dữ liệu bên ngoài EU ([https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection_en))

Trang web bảo vệ dữ liệu của EU ([https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_en))

Quy tắc bán hàng từ xa ([https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers_en))

Bán dịch vụ tài chính từ xa (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:271:0016:0024:EN:PDF>)

Chỉ thị thương mại điện tử (2000/31/EC) (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52003DC0702>)

VAT trên dịch vụ điện tử ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/vat/telecommunications-broadcasting-electronic-services/content/guide-vat-mini-one-stop-shop-moss](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/vat/telecommunications-broadcasting-electronic-services/content/guide-vat-mini-one-stop-shop-moss))

Chỉ thị thông lệ thương mại không công bằng ([https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers_en))

Yêu cầu về dinh dưỡng và sức khỏe đối với thực phẩm - Quy định 1924/2006 2006 (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:012:0003:0018:EN:PDF>)

Quy định về thông tin thực phẩm cho người tiêu dùng: Quy định 1169/2011 (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:32011R1169>)

Tài liệu hướng dẫn về cách các công ty có thể đăng ký ủy quyền yêu cầu sức khỏe - Tài liệu tóm tắt từ EFSA (<http://www.efsa.europa.eu/en/applications/nutrition/regulationsandguidance>)

Yêu cầu về Sức khỏe & Dinh dưỡng ([https://ec.europa.eu/food/safety/labelling\\_nutrition/claims\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims_en))

Thuốc lá ([https://ec.europa.eu/health/tobacco/overview\\_en](https://ec.europa.eu/health/tobacco/overview_en))

Trách nhiệm sản phẩm (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM:l32012>)

Sản phẩm an toàn ([https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers_en))

Bảo hành dựa trên pháp lý và dịch vụ hậu mãi ([https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers\\_en](https://ec.europa.eu/info/departments/justice-and-consumers_en))

Hài hòa các khía cạnh nhất định của Bản quyền và các quyền liên quan trong Xã hội thông tin - Chỉ thị bản quyền (2001/29 / EC) (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001L0029:EN:HTML>)

Sở hữu công nghiệp ([https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property_en))

Văn phòng Bằng sáng chế Châu Âu (EPO) (<https://www.epo.org/>)

Văn phòng làm cân đối thị trường nội bộ (OHIM) (<http://euipo.europa.eu/>)

Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) Madrid (<https://www.wipo.int/madrid/en/>)

## Quyền sở hữu trí tuệ

“Quyền sở hữu trí tuệ”, được chia thành hai loại quyền tài sản ở Tây Ban Nha:

- Sở hữu công nghiệp: một loạt các quyền dành riêng để bảo vệ hoạt động sáng tạo (sản phẩm, quy trình hoặc thiết kế mới) và hoạt động thương mại bằng cách xác định các sản phẩm dành riêng và dịch vụ trên thị trường (nhãn hiệu và tên thương mại).

- Sở hữu trí tuệ: một loạt các quyền mà người sáng tạo và các chủ sở hữu khác có liên quan tới tác phẩm và lợi ích bắt nguồn từ việc sáng tạo của họ.

Quyền sở hữu trí tuệ và sở hữu công nghiệp bao gồm một loạt các hình thức pháp lý, bao gồm bằng sáng chế, mô hình hữu ích, kiểu dáng công nghiệp, giống cây trồng mới, nhãn hiệu, thương hiệu, bí mật thương mại, chương trình máy tính và bản quyền,...

Sở hữu trí tuệ (IP) đảm bảo cho các doanh nghiệp bảo vệ tài sản vô hình của họ thông qua việc công nhận hợp pháp các quyền độc quyền đối với các tài sản đó (bản quyền đối với các tác phẩm sáng tạo và quyền sở hữu công nghiệp đối với tài sản công nghiệp, chẳng hạn như nhãn hiệu, bằng sáng chế, thiết kế,...). Trước khi tung ra thị trường mới, công ty phải thực hiện các bước cần thiết để đảm bảo rằng tài sản vô hình của mình được quản lý và bảo vệ một cách chính xác.

Ở Tây Ban Nha, đăng ký tại văn phòng sở hữu công nghiệp có liên quan là một yêu cầu ưu tiên để được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ (như chúng ta sẽ thấy, nguyên tắc này không chi phối bản quyền hoặc bí mật thương mại).

Chẳng hạn như Tây Ban Nha, không giống như Hoa Kỳ, tuân theo hệ thống “first-to-file”, có nghĩa là người đầu tiên nộp đơn đăng ký sẽ có quyền trước. Việc sử dụng không có bất kỳ quyền nào chống lại bên thứ ba ngoại trừ trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng.

Việc đăng ký đòi hỏi phải trả các khoản phí chính thức, số tiền sẽ phụ thuộc vào các trường hợp như loại quyền cụ thể được áp dụng, số thứ bậc, lãnh thổ,...

Nguyên tắc lãnh thổ có nghĩa là về nguyên tắc, sự bảo hộ được trao bằng quyền sở hữu trí tuệ chỉ có sẵn ở quốc gia hoặc các quốc gia đã được đăng ký (hoặc trong trường hợp quyền tác giả, tại quốc gia yêu cầu bảo hộ).



Do đó, việc chủ sở hữu đăng ký nhãn hiệu hoặc bằng sáng chế ở nước xuất xứ không có quyền tự động bảo hộ ở các nước khác. Do đó, sự bảo hộ phải được bảo hộ khi thông qua đăng ký bổ sung ở mỗi quốc gia có liên quan.

Để dễ dàng hơn trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ở các vùng lãnh thổ khác nhau, Tây Ban Nha đã phê chuẩn các công ước quốc tế chính trong lĩnh vực này.

Với những ngoại lệ hiếm hoi, các hiệp ước sở hữu trí tuệ quốc tế cho phép công dân không mang quốc tịch Tây Ban Nha bảo vệ quyền của họ ở Tây Ban Nha và công dân Tây Ban Nha được bảo vệ ở hầu hết các quốc gia khác. Tư cách thành viên Liên minh Châu Âu của Tây Ban Nha cũng ủng hộ luật pháp của Tây Ban Nha phù hợp với luật pháp của các quốc gia Thành viên EU còn lại.

Quyền sở hữu trí tuệ là tài sản và do đó có thể được chuyển nhượng, ngăn cản hoặc chuyển giao bằng bất kỳ phương tiện nào do pháp luật quy định.

Giấy phép là hợp đồng được sử dụng thường xuyên nhất trong lĩnh vực này, qua đó bên thứ ba được phép sử dụng các quyền được cấp để đổi lấy thanh toán.

## **Chương 4: Quan hệ kinh tế Việt Nam – Tây Ban Nha và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu**

### **Quan hệ ngoại giao với Tây Ban Nha**

- Việt Nam và Tây Ban Nha thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 23/5/1977.
- Tây Ban Nha mở Đại sứ quán tại Việt Nam vào tháng 11/1997 và Việt Nam mở Đại sứ quán tại Tây Ban Nha vào tháng 6/2002.
- Trong chuyến thăm Tây Ban Nha của Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết tháng 12 năm 2009, hai bên đã thiết lập quan hệ “Đôi tác chiến lược hướng tới tương lai”, khẳng định quyết tâm đẩy mạnh quan hệ hợp tác nhiều mặt giữa hai nước trong thời gian tới.
- Tháng 6/2012: hai nước tổ chức kỷ niệm 35 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao với hàng loạt các hoạt động chính trị và kinh tế tại Tây Ban Nha và Việt Nam.
- Tháng 01/2014: Tây Ban Nha chính thức phê chuẩn Hiệp định Hợp tác và Đối tác toàn diện (PCA) giữa Việt Nam và EU.
- Đoàn Việt Nam thăm Tây Ban Nha:
  - + Tháng 10/1994: Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Mạnh Cầm.
  - + Tháng 10/2001: Thủ tướng Phan Văn Khải.
  - + Tháng 6/2002: Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Dy Niên.
  - + Tháng 12/2003: Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Văn Yếu.
  - + Tháng 5/2008: Bộ trưởng Tài chính Vũ Văn Ninh
  - + Tháng 9/2008: Bộ trưởng Văn hóa, Thông tin và truyền thông Hoàng Tuấn Anh
  - + Tháng 5/2009: Bí thư Thành uỷ TP.HCM Lê Thanh Hải.
  - + Tháng 9/2009: Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Đức Kiên.
  - + Tháng 12/2009: Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết thăm cấp Nhà nước.
  - + Tháng 02/2010: Chủ tịch UBND TP.HCM
  - + Tháng 4/2010: Bộ trưởng GTVT Hồ Nghĩa Dũng
  - + Tháng 5/2010: Bộ trưởng Y tế Nguyễn Quốc Triệu
  - + Tháng 9/2010: Bộ trưởng Xây dựng Nguyễn Hồng Quân
  - + Tháng 10/2010: Thứ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Cẩm Tú
  - + Tháng 11/2010: Thứ trưởng Thường trực Bộ Nội vụ
  - + Tháng 12/2010: Thứ trưởng Bộ Thông tin Truyền thông
  - + Tháng 3/2012: Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Nguyễn Thanh Sơn thăm làm việc tại Tây Ban Nha.
  - + Tháng 6/2012: Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Bùi Thanh Sơn dự lễ kỷ niệm 35 năm thiết lập quan hệ ngoại giao hai nước và tham dự Diễn đàn xúc tiến đầu tư tại Madrid.
  - + Tháng 9/2013: Phó Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Thị Kim Ngân.

- + Tháng 11/2013: Thứ trưởng Bộ Quốc phòng Nguyễn Chí Vịnh.
- + Tháng 12/2014: Bộ trưởng Đinh La Thăng thăm và ký Hiệp định vận chuyển hàng không.
- + Tháng 7/2015: Bộ trưởng Bộ Tư pháp Hà Hùng Cường
- + Tháng 9/2015: Thứ trưởng Bộ Ngoại giao Bùi Thanh Sơn thăm và thực hiện tham vấn chính trị.
- + Tháng 01/2017: Bộ trưởng Văn hóa, Thể thao và Du lịch Nguyễn Ngọc Thiện.
- + Tháng 5/2017: Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh.
- + Tháng 10/2019: Phó Chủ tịch Quốc Hội, Đại tướng Đỗ Bá Tỵ
- Đoàn Tây Ban Nha thăm Việt Nam:
  - + Tháng 2/1996: Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Carlos Oetstendo;
  - + Tháng 9/2001: Phó Thủ tướng thứ hai, Bộ trưởng Kinh tế Rodrigo Rato (dự Hội nghị Bộ trưởng Kinh tế ASEM-3 tại Hà Nội);
  - + Tháng 2/2002: Hoàng hậu Sofia
  - + Tháng 10/2004: Phó Thủ tướng thứ nhất, Bà Maria Teresa (dự Hội nghị Cấp cao ASEM 5 tại Hà Nội);
  - + Tháng 2/2006: Vua Juan Carlos I và Hoàng hậu Sofia thăm cấp Nhà nước;
  - + Tháng 02/2008: Quốc vụ khanh Du lịch và Thương mại kiêm Chủ tịch Viện Ngoại thương Tây Ban Nha ông Pedro Mejia Gomez thăm Việt Nam;
  - + 15-18/01/2009: Bộ Trưởng GTVT Magdalena Alvarez thăm Việt Nam, trong chuyến thăm này, Bà Bộ trưởng đã gặp Bộ trưởng KHĐT Võ Hồng Phúc, Bộ Trưởng GTVT Hồ Nghĩa Dũng để thảo luận về sự tham gia của Tây Ban Nha vào các dự án cơ sở hạ tầng của Việt Nam đặc biệt là các tuyến tàu điện ngầm tại TP.HCM.
  - + Tháng 5/2011: Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Kinh tế dự Hội nghị ADB tại Hà Nội;
  - + Tháng 11/2011: Quốc vụ khanh Bộ Ngoại giao, ông Juan Antonio Daness Banuevo tiến hành tham khảo chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao lần thứ hai;
  - + Tháng 01/2014: Phó Chủ tịch thứ nhất Thượng viện Juan Jose Lucas và Phó Chủ tịch thứ hai Thượng viện Yolanda Vicente;
  - + Tháng 3/2014: Bộ trưởng Ngoại giao và Hợp tác Jose Manuel Garcia Margallo.
  - + Tháng 1/2017: Quốc vụ khanh Bộ Ngoại giao, ông Ybanez Ignacio Rubio đã tiến hành tham vấn chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao lần thứ tư.
- Hợp tác trên các diễn đàn đa phương và quốc tế: Việt Nam và Tây Ban Nha có quan hệ tốt đẹp, ủng hộ lẫn nhau vào các cơ quan của Liên hợp quốc. Tây Ban Nha ủng hộ Việt Nam vào Hội đồng Bảo an (2008-2009), vào Hội đồng nhân quyền (2014-2016); Hội đồng kinh tế - ECOSOC (2016-2018). Việt Nam ủng hộ Tây Ban Nha vào Cơ quan thanh tra chung của Liên hợp quốc - IJU (2011-2015), Hội đồng Nhân quyền (2011-2013); Hội đồng Bảo An Liên hợp quốc (2016-2017) và Tổng Giám đốc Tổ chức lương thực thế giới - FAO.
- Hai nước đã đánh đôi, ủng hộ nhau vào các cơ quan của Liên hợp quốc, cụ thể: Tây Ban Nha ủng hộ Việt Nam vào Hội đồng Bảo an nhiệm kỳ 2020-2021, Việt Nam ủng hộ Tây Ban Nha vào Hội đồng Nhân quyền nhiệm kỳ 2018-2020.

## Quan hệ thương mại với Việt Nam

Việt Nam và Tây Ban Nha của năm 2019 đã thay đổi rất nhiều so với 42 năm trước. Năm 1977, Việt Nam vẫn đang từng bước cố gắng khôi phục và xây dựng lại sau nhiều năm chiến tranh, còn Tây Ban Nha mới thức dậy sau khi đắm chìm kéo dài dưới chế độ độc tài và phải đối diện với những hoài nghi về tương lai. Hướng đi đúng đắn, khả năng tái tạo, sự năng động và biết tận dụng môi trường quốc tế thuận lợi đã giúp cho hai dân tộc có sự phát triển thăng hoa, phồn thịnh trên nhiều lĩnh vực, nhất là về kinh tế và hội nhập quốc tế. Tây Ban Nha ngày nay là nước dân chủ, công nghiệp phát triển, nền kinh tế thứ tư trong EU và thứ 12 - 13 trên thế giới, có nền văn hóa đặc sắc và là cường quốc du lịch, đón hơn 80 triệu khách quốc tế năm 2019...

Trong hơn 40 năm qua, nhân dân hai nước đã chứng kiến nhiều bước phát triển mạnh mẽ và quan trọng. Lãnh đạo cấp cao hai nước đã tiến hành các chuyến thăm viếng lẫn nhau, nổi bật là chuyến thăm Việt Nam của Nhà vua Tây Ban Nha Juan Carlos và Hoàng hậu năm 2006, và chuyến thăm Tây Ban Nha của Thủ tướng Phan Văn Khải năm 2001, và Chủ tịch Nguyễn Minh Triết năm 2009. Hai bên đã ký hiệp định khung hợp tác và nhiều thỏa thuận hợp tác trong hầu hết các lĩnh vực chính trị, xã hội, kinh tế, văn hóa, giáo dục và quốc phòng...

Việt Nam là đối tác thương mại chính của Tây Ban Nha trong các nước Asean. Trao đổi thương mại hai chiều 10 năm qua tăng với tốc độ bình quân khoảng 15%/năm, đạt hơn 3.8 tỷ USD năm 2019. Hai bên đặt mục tiêu đưa kim ngạch thương mại lên 5 tỷ USD vào năm 2020.

Về hợp tác phát triển, Tây Ban Nha ưu tiên quan hệ với Việt Nam và dành hơn 300 triệu USD ODA cho các dự án hợp tác song phương và đa phương hơn 10 năm qua. Hiện nay, Tây Ban Nha vẫn tiếp tục dành khoảng 350 triệu USD cho các dự án phát triển hạ tầng tại Việt Nam, trong đó có dự án đường Metro số 5 tại TP.HCM - hy vọng sẽ là cú hích để các nhà đầu tư lớn Tây Ban Nha vào Việt Nam.

Đến nay, đầu tư FDI của Tây Ban Nha vào Việt Nam còn khiêm tốn, đứng thứ 14/19 nước EU và đứng thứ 57/101 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Tuy lĩnh vực này hiện còn hạn chế về số lượng dự án nhưng có triển vọng lớn về tiềm năng vốn và chất lượng châu Âu. Trong đó, phải kể đến đầu tư của REPSOL, một tập đoàn hàng đầu thế giới về lĩnh vực năng lượng vào Việt Nam. Việc mở nhà máy sản xuất linh kiện điện tử áp dụng công nghệ cao của Tập đoàn PREMO tại Đà Nẵng, hay việc tư vấn xây dựng đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai của GETINSA, là những minh chứng cho khẳng định trên.

Mối quan tâm của các nhà đầu tư Tây Ban Nha vào Việt Nam ngày càng tăng. Những kinh nghiệm của bạn trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, cơ sở hạ tầng, du lịch, công nghệ cao, xây dựng và kiến trúc sẽ là những đóng góp quý báu cho Việt Nam. Việc cải cách khung pháp lý và thông qua Hiệp định tự do thương mại với EU chắc chắn sẽ củng cố niềm tin của các công ty Tây Ban Nha đối với thị trường Việt Nam.

Sự thu hút của Tây Ban Nha với Việt Nam và ngược lại, không còn bó hẹp chỉ trong lĩnh vực kinh tế. Lượng khách du lịch Tây Ban Nha đến Việt Nam tăng hàng năm cho thấy sự hấp dẫn từ Việt Nam của các yếu tố lịch sử, văn hóa, ẩm thực... đối với người dân Tây Ban Nha. Năm 2019, Việt Nam đã đón hơn 83 nghìn lượt khách du lịch Tây Ban Nha và du khách Việt Nam cũng bắt đầu lựa chọn "xứ sở bò tót" là điểm đến yêu thích.

Thanh niên Việt Nam đang có nhiều cơ hội học tập tại Tây Ban Nha khi hệ thống đại học ở đây đào tạo bằng hai ngoại ngữ: tiếng Tây Ban Nha và tiếng Anh. Hiện có khoảng 600 sinh viên Việt Nam theo học tại Tây Ban Nha với nhu cầu ngày một tăng. Bởi vậy, giáo dục cũng là lĩnh vực mà hai nước đặt trọng tâm phát triển để bảo đảm tất cả sinh viên được đào tạo trong

môi trường giáo dục chất lượng cao nhất, góp phần nhân rộng cơ hội cho tương lai của các sinh viên trẻ.

Về hợp tác trên diễn đàn đa phương, hai nước luôn ủng hộ nhau, phối hợp lập trường của nhau trong các vấn đề khu vực và quốc tế cùng quan tâm. Trên cơ sở đó, hai bên tái khẳng định mong muốn thúc đẩy, đưa hợp tác tại các diễn đàn kinh tế, đa phương, nhất là ở Liên hợp quốc, tại ASEM, ASEAN - EU... lên một tầm cao mới.

Tháng 5-2017, nhân kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao, Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh đã thăm chính thức Tây Ban Nha, tăng cường hơn nữa quan hệ đối tác chiến lược trên nhiều lĩnh vực. Theo đó, Nhà vua và các lãnh đạo cấp cao Tây Ban Nha tái khẳng định coi trọng phát triển quan hệ với Việt Nam. Hai bên ký được hai văn kiện quan trọng là Chương trình tài chính lần thứ 5, mở đường cho các dự án hợp tác tới năm 2020 và Thỏa thuận về hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư, chuẩn bị cho sự ra đời của Ủy ban Liên chính phủ, củng cố thêm khuôn khổ pháp lý cho hợp tác trong các lĩnh vực ưu tiên là hạ tầng, năng lượng tái tạo, môi trường, nông nghiệp công nghệ cao...

Có thể nói, về tổng thể, mối quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam - Tây Ban Nha ngày càng phát triển cả về bề rộng lẫn chiều sâu. Tuy nhiên, theo đánh giá từ nhiều phía, quan hệ hợp tác kinh tế - thương mại, đầu tư cũng như văn hóa - giáo dục, quốc phòng... giữa hai nước còn khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng to lớn của hai nước. Mặt khác, nhiều cơ chế hợp tác giữa hai bên cũng chưa phù hợp, cần phải tiếp tục được hoàn thiện, tạo điều kiện thuận lợi cho hai nước giao lưu phát triển kinh tế - thương mại. Bên cạnh đó, ngoài những yếu tố khách quan, như: tình hình khu vực có nhiều diễn biến phức tạp, tác động của cuộc khủng hoảng tài chính - kinh tế toàn cầu, yếu tố chủ quan như thiếu hụt thông tin chuyên sâu về thị trường, sự cách trở về địa lý, sự khác biệt về chế độ chính trị - xã hội và ý thức hệ, sự khác biệt về văn hóa, tâm lý, thói quen, cũng khiến mối quan hệ hợp tác chiến lược đã được thiết lập giữa hai bên chưa đạt được những bước tiến như mong muốn.

Nhìn lại quan hệ Việt Nam - Tây Ban Nha hơn 42 năm qua có thể thấy, với sự hiểu biết và tin cậy lẫn nhau, với nhu cầu hợp tác để cùng phát triển trong bối cảnh tiến trình hội nhập đầy năng động, quan hệ Đối tác chiến lược toàn diện song phương có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển hơn nữa trong tương lai, vì thịnh vượng chung của hai nước, hai dân tộc, góp phần vào hòa bình, ổn định và phát triển tại khu vực cũng như trên thế giới.

Một là, hợp tác Việt Nam - Tây Ban Nha phù hợp bối cảnh quốc tế và tình hình mới của thế giới, với xu thế toàn cầu hóa và xu thế hòa bình, ổn định, hợp tác trong quan hệ quốc tế, đặc biệt là xu hướng chuyển dịch kinh tế sang phía Đông cùng sự phát triển năng động của khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Hai là, Tây Ban Nha, nước công nghiệp phát triển có thể chia sẻ những kinh nghiệm phát triển hàng trăm năm với Việt Nam, nước đang đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

Ba là, hai nước đều có chung lợi ích trong các tổ chức quốc tế và khu vực, như LHQ, WTO, ASEM, ASEAN - EU, IPU...

Bốn là, Tây Ban Nha đang tập trung tạo nhiều cơ hội kinh doanh hơn tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương thông qua việc củng cố và mở rộng thêm nhiều mối quan hệ với các nước như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ, Singapore...; bước phát triển trong quan hệ thương mại và đầu tư sẽ mang lại lợi ích cho cả hai bên cũng như đóng góp vào hòa bình và ổn định khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Năm là, cộng đồng và Đại sứ quán Việt Nam ở Tây Ban Nha là cầu nối góp phần thúc đẩy việc

mở rộng và phát triển hơn nữa mối quan hệ giữa hai nước.

Năm 2019, Việt Nam và Tây Ban Nha hướng tới kỷ niệm 10 năm thiết lập quan hệ đối tác chiến lược hướng tới tương lai. Do đó, chỉ có việc tiếp tục mở rộng quan hệ, tăng cường tiếp xúc, trao đổi ở các cấp, các ngành và doanh nghiệp hai nước sẽ là những đường hướng, biện pháp thiết thực, hiệu quả để tận dụng và đẩy nhanh hơn nữa những cơ hội và tiềm năng hợp tác to lớn, nhiều mặt mà hai bên có thể phát huy và bổ sung cho nhau, góp phần vào sự phát triển và lợi ích chung của hai dân tộc, như mong muốn của lãnh đạo và nhân dân hai nước.

Xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha chủ yếu thiết bị điện tử, giày dép, quần áo, cà phê, trà, tiêu, thủy sản và đồ nội thất.

Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha chủ yếu máy móc, thiết bị điện tử, hóa dược phẩm, quần áo, thuộc da, chất nhuộm/màu nhuộm.

### Kim ngạch ngoại thương Việt Nam – Tây Ban Nha giai đoạn 2015-2019

*ĐVT: Ngàn USD*

	2015	2016	2017	2018	2019
Việt Nam xuất khẩu sang Tây Ban Nha	2.299.022	2.293.647	2.515.755	2.629.158	3.328.382
Việt Nam nhập khẩu từ Tây Ban Nha	399.790	451.390	501.780	514.252	490.717
<b>Kim ngạch xuất nhập khẩu</b>	2.698.812	2.745.037	3.017.535	3.143.410	3.819.099

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

### Những nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Tây Ban Nha

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Tây Ban Nha đã tăng trưởng 7%/năm trong giai đoạn 2015-2019. Riêng trong năm 2019, Việt Nam đã xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá khoảng 3,328 tỷ USD sang Tây Ban Nha, đứng thứ 24 trong số hơn 200 quốc gia xuất khẩu vào Tây Ban Nha, tăng 4% so với năm 2018, chiếm 1% trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha. Các mặt hàng xuất khẩu chính là thiết bị điện-điện tử, giày dép, hàng may mặc, máy móc trang thiết bị cơ khí, cà phê, trà, thủy hải sản,...

### Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Tây Ban Nha

*Đơn vị tính: Ngàn USD*

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2019	Tăng trưởng hàng năm 2015-2019, %	Thị phần trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha -2019, %
	<b>Tổng cộng</b>	<b>3.328.382</b>	<b>7</b>	<b>1</b>

85	Thiết bị điện- điện tử	1.235.295	13	1
64	Giày, dép, ghê và các sản phẩm tương tự; các bộ phận của các sản phẩm trên	425.353	4	2
62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	398.711	2	2
09	Trà, cà phê và gia vị các loại	244.491	-3	7
84	Máy móc và thiết bị cơ khí	228.879	3	1
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	138.733	10	1
94	Đồ nội thất	58.166	12	0
16	Các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giáp xác, động vật thân mềm hoặc động vật thủy sinh không xương sống khác	50.573	10	2
42	Các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại tương tự	48.338	3	1
03	Các động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác	43.644	-15	1

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

### Các mặt hàng xuất khẩu chính

- **Thiết bị điện – điện tử (HS.85)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	24.090.639	24.303.843	26.123.563	29.203.218	29.210.190
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	787.502	883.206	1.065.141	1.182.722	1.235.295

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nguồn cung ứng thứ 7 tại thị trường Tây Ban Nha về nhóm hàng thiết bị điện - điện tử (HS.85) với tổng lượng xuất khẩu sang thị trường Tây Ban Nha đạt khoảng 1,235 tỷ USD trong năm 2019 chiếm 4,2% trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha về nhóm hàng này. Trong năm 2019, nhà cung cấp lớn nhất cho Tây Ban Nha về nhóm hàng này là Trung Quốc với 6,962 tỷ USD (chiếm 23,8% trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khá trong suốt thời kỳ 2015-2019, với 13%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (38%), Hoa Kỳ (22%), Hàn Quốc (34%), Hồng Kông (11%), Nhật Bản (18%) và Ấn Độ (52%), tuy nhiên tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2019 chỉ tăng nhẹ (4%) so với năm 2018. Trong khi đó, mức tăng trưởng năm 2019 của Trung Quốc cũng chỉ 4%, Hoa Kỳ (95%), Hàn Quốc (22%), Hồng Kông (19%), Nhật Bản (4%) và Ấn Độ (13%) so với năm 2018.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là bộ điện thoại di động và điện thoại dùng cho mạng không dây khác (HS.8517); màn hình và máy chiếu không gắn với thiết bị thu dùng trong truyền hình, thiết bị thu dùng trong truyền hình, có hoặc không gắn với máy thu thanh sóng vô tuyến hoặc thiết bị ghi hoặc tái tạo âm thanh hoặc hình ảnh (HS 8528); đi-ốt, tranzito và các thiết bị bán dẫn tương tự, bộ phận bán dẫn cảm quang điện (HS8541);...

- **Giày dép (HS.64)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	3.129.456	3.320.371	3.529.759	3.684.030	3.882.266
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	359.487	360.576	376.850	381.786	425.353

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 2 về nhóm hàng giày dép sang Tây Ban Nha trong năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 425,353 triệu USD, tăng 11% so với năm 2018, chiếm 11% trong tổng nhập khẩu giày dép của Tây Ban Nha.

Với thị phần lên tới 32,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 1,272 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 3 là Ý chiếm 8,3% với trị giá xuất khẩu 322,162 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng giày dép tại thị trường tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng không cao lắm 4%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc cũng chỉ 3%/năm và Ý lại tăng khá hơn 5%/năm, Ukraine là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao với 144%/năm, tiếp theo là Thụy Điển là quốc gia có tốc độ tăng trưởng mạnh 97%/năm, Ba Lan có tốc độ tăng trưởng cao 96%/năm, Thổ Nhĩ Kỳ với tốc độ tăng trưởng cũng tương đối khá cao 66%/năm, còn trong khối Asean thì Philippines là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao 276%/năm, tiếp theo là Myanmar với 80%/năm, Campuchia với 51%/năm; và hầu hết các nước trong khu vực Asean có mức tăng trưởng bình quân đều giảm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là giày mũ vải (HS.64.04) đạt 155,519 triệu USD; kế đến là giày mũ da (HS.64.03) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 146,978 triệu USD; giày đế và mũ giày bằng nhựa hoặc cao su (HS.64.02) đạt 116,327 triệu USD,...

- **Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS.62)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019



<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	8.629.184	9.330.994	10.019.573	10.842.760	10.732.860
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	400.995	355.670	358.818	418.958	398.711

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 10 về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2011 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 398,711 triệu USD, giảm 5% so với năm 2018, chiếm 3,7% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) của Tây Ban Nha.

Với thị phần lên tới 17,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 1,854 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Thổ Nhĩ Kỳ chiếm 14,8% với trị giá xuất khẩu 156,74 triệu USD, Bangladesh đứng thứ 4 chiếm 6,8% với trị giá xuất khẩu 1,589 tỷ USD, đứng thứ 3 là Bangladesh chiếm 13,9% với trị giá xuất khẩu 1,49 tỷ USD, đứng thứ 4 là Morocco chiếm 13,8% với trị giá xuất khẩu 1,485 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 2%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc sụt giảm -2%/năm, Thổ Nhĩ Kỳ tăng 14%, Bangladesh tăng 13%/năm và Morocco tăng 8%. Cũng trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng cao trong khu vực Asean là Myanmar tăng 75%/năm, tiếp theo là Campuchia tăng 25%/.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần sóc dành cho nữ giới hoặc trẻ em gái (HS.6204) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 121,967 triệu USD; kế đến là áo khoác áo khoác ngoài, áo choàng cho nữ mặc khi đi xe (HS.6202) đạt 74,311 triệu USD bộ com-lê; áo khoác áo khoác ngoài, áo choàng cho nam mặc khi đi xe (HS.6201) đạt 59,259 triệu USD; bộ quần áo đồng bộ, jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần sóc dành cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS.6203) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 47,59 triệu USD; áo blouse, sơ mi và sơ mi cách điệu dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS.6206) đạt 26,353 triệu USD;...

### **Cà phê, trà, gia vị (HS.09)**

*Đơn vị: ngàn USD*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	1.332.767	1.330.563	1.415.465	1.284.897	1.232.927
<b>Nhập khẩu từ VN</b>	278.482	282.980	277.211	280.325	244.491

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade*

Việt Nam là nước cung ứng hàng đầu tại Tây Ban Nha về nhóm hàng trà, cà phê và gia vị (HS.09) trong năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt hơn 244,491 triệu USD, giảm 13% so với năm 2018 chiếm 19,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng kể trên của Tây Ban Nha.

Trong suốt thời kỳ 5 năm (2011-2015), xuất khẩu nhóm hàng này của Việt Nam sang Tây Ban Nha đạt tốc độ tăng trưởng giảm -3%.

Ngoài ra, có thể kể đến một số nhà cung ứng lớn khác như Pháp (đứng thứ hai với trị giá 213,595 triệu USD, chiếm 17,3%); Brazil (thứ 3 với trị giá 117,747 triệu USD, chiếm 9,6%); Trung Quốc (thứ 4 với 94,521 triệu USD, chiếm 7,7%); Đức (đứng thứ 5 với 91,579 triệu USD chiếm 7,4%), Colombia (đứng thứ 6 với trị giá 62,01 triệu USD chiếm 5).

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng xuất khẩu sang Tây Ban Nha của Việt Nam là cà phê (HS.0901) với trị giá xuất khẩu 234,439 triệu USD chiếm 25% thị phần nhập khẩu mặt hàng này của Tây Ban Nha; tiếp theo là HS.0904 với trị giá xuất khẩu mặt hàng này vào thị trường Tây Ban Nha là 7,695 triệu USD chiếm 6% thị phần trong nhập khẩu mặt hàng này của Tây Ban Nha. Tiếp theo là HS.0906 với trị giá 1,995 triệu USD chiếm 18% thị phần trong tổng nhập khẩu mặt hàng này của Tây Ban Nha.

- **Nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận (HS.84)**

*Đơn vị: Ngàn USD*

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	53.836.203	60.758.303	62.449.967	65.571.172	67.682.923
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	100.087	110.294	191.848	217.720	248.379

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nước cung ứng thứ 26 về nhóm hàng nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận của chúng (HS.84) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 228,879 triệu USD, tăng 0% so với năm 2018, chiếm 0,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận chúng (HS.84) của Tây Ban Nha.

Với thị phần 21,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Đức là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 7,683 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Trung Quốc chiếm 13,8% với trị giá xuất khẩu 4,85 tỷ USD, Ý đứng thứ 3 chiếm 10,7% với trị giá xuất khẩu 3,779 tỷ USD, đứng thứ 4 là Pháp chiếm 8% với trị giá xuất khẩu 2,809 tỷ USD, đứng thứ 5 là Hà Lan chiếm 5,6% với trị giá xuất khẩu 1,967 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận chúng (HS.84) tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng tương đối thấp 3%/năm, trong khi đó con số này của Đức chỉ tăng 4%/năm, Trung Quốc tăng 10%/năm, Ý tăng 8%, Pháp tăng 2%/năm, Hà Lan tăng 5%.

Trong năm 2019 các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là máy tính xách tay, thiết bị và bàn phím và máy đọc mã vạch (HS.8471) đạt 102,382 triệu USD; kế đến là máy in, máy photocopy (HS.8443) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 73,008 triệu USD; máy khâu, máy may (HS.8452) đạt 25,185 triệu USD; máy tính và các máy ghi, tái tạo và hiển thị dữ liệu loại bỏ túi có chức năng tính toán, máy kế toán, máy đóng dấu buru phi, máy bán vé và các loại máy tương tự, có gắn bộ phận tính toán, máy tính tiền (HS.8472) đạt 13,996 triệu USD; tủ lạnh, tủ kết đông và thiết bị làm lạnh hoặc kết đông khác, loại dùng điện hoặc loại khác (HS.8418) với trị giá 3,737 triệu USD,...

- **Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	7.002.059	7.547.013	7.883.071	8.430.663	8.723.529
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	102.041	93.971	107.878	134.127	138.733

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 14 về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 138,733 triệu USD, tăng 3% so với năm 2018, chiếm 1,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc (HS.61) của Tây Ban Nha.

Với thị phần lên tới 20,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 1,759 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Bangladesh chiếm 19,7% với trị giá xuất khẩu 1,72 tỷ USD, Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 3 chiếm 13,2% với trị giá xuất khẩu 1,149 tỷ USD, đứng thứ 4 là Ý chiếm 5,8% với trị giá xuất khẩu 504,281 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.61) tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 10%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng chậm 2%/năm, Bangladesh tăng 12%, Thổ Nhĩ Kỳ 11%/năm và Ý tăng 2%. Cũng trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng mạnh trong khu vực Asean là Myanmar tăng 97%/năm, tiếp theo là Cambodia tăng 16%/năm, Malaysia giảm 5%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần sóc dành cho nữ giới hoặc trẻ em gái, dệt kim hoặc móc (HS.6104) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 33,123 triệu USD; áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc (HS.6109) đạt 22,684 triệu USD; áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS.6105) đạt 16,515 triệu USD; áo bó, áo chui đầu, áo cài khuy, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS.6110) có trị giá xuất khẩu đạt 17,38 triệu USD; kể đến là bộ quần áo thể thao, bộ quần áo trượt tuyết và bộ quần áo bơi, dệt kim hoặc móc với trị giá xuất khẩu đạt 10,911 triệu USD;...

- **Đồ nột thất (HS.94)**

Đơn vị: *Ngàn USD*

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	2.002.755	1.959.330	1.937.579	2.043.253	2.087.068
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	10.259	13.946	13.472	21.430	27.984

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 12 về các mặt hàng đồ nội thất (HS.94) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2015-2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 58,166 triệu USD, giảm 4% so với năm 2018, chiếm 1,3% trong tổng nhập khẩu các mặt hàng HS.94 sang Tây Ban Nha.

Với thị phần 31% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 1,436 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Đức chiếm 10,4% với trị giá xuất khẩu 480,451 triệu USD, Bồ Đào Nha đứng thứ 3 chiếm 10% với trị giá xuất khẩu 461,701 triệu USD, Ý đứng thứ 4 với trị giá xuất khẩu 369,201 triệu USD chiếm 8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về các mặt hàng HS.94 tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 12%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc chỉ tăng 6%/năm; Đức tăng 5%/năm; Bồ Đào Nha tăng 1%/năm, Ý tăng 1%/năm. Trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Singnapore với mức tăng 16%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là ghế ngồi có hoặc không chuyển được thành giường và bộ phận của chúng (HS.9401) với giá trị xuất khẩu đạt 27,051 triệu USD, kế đến là đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng (HS.9403) đạt 25,726 triệu USD; đèn và bộ đèn kể cả đèn pha và đèn rọi và bộ phận của chúng, chưa được chi tiết hoặc ghi ở nơi khác (HS.9405) đạt 3,053 triệu USD;...

- **Các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giáp xác, động vật thằn lằn hoặc động vật thủy sinh không xương sống khác (HS.16)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	1.219.695	1.132.682	1.402.103	1.504.007	1.536.984
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	32.273	28.576	30.851	29.665	50.573

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 8 về các chế phẩm từ thịt, cá hay động vật giáp xác, động vật thằn lằn hoặc động vật thủy sinh không xương sống khác (HS.16) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2015-2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 50,5736 triệu USD, tăng 70% so với năm 2018, chiếm 3,3% trong tổng nhập khẩu các mặt hàng HS.16 sang Tây Ban Nha.

Với thị phần 20,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Ecuador là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 309,36 triệu USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Trung Quốc chiếm 8,6% với trị giá xuất khẩu 132,31 triệu USD, Morocco đứng thứ 3 chiếm 7,2% với trị giá xuất khẩu 110,46 triệu USD, Đức đứng thứ 4 với trị giá xuất khẩu 94,499 triệu USD chiếm 6,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về các mặt hàng HS.16 tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 10%/năm, trong khi đó con số này của Ecuador tăng 12%/năm; Trung Quốc tăng 41%/năm; Morocco tăng 6%/năm; Đức tăng 3%/năm. Trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Philippines với mức tăng 36%/năm; tiếp theo là Indonesia tăng 22%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là sản phẩm chiết xuất và nước ép từ thịt, cá hoặc từ động vật giáp xác, động vật thân mềm hoặc động vật thủy sinh không xương sống (HS.1604) với giá trị xuất khẩu đạt 27,715 triệu USD, kể đến là động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác, đã được chế biến hoặc bảo quản (HS.1605) đạt 22,858 triệu USD;...

- **Các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại tương tự (HS.42)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	1.734.990	1.837.631	1.902.770	2.020.436	2.108.482
<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	43.414	38.287	40.131	41.683	48.338

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 7 về nhóm hàng các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại tương tự (HS.42) sang thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 48,338 triệu USD, tăng 16% so với năm 2018, chiếm 2,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại tương tự (HS.42) của Tây Ban Nha.

Với thị phần lên tới 41,8% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 881,44 triệu USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Pháp chiếm 13,7% với trị giá xuất khẩu 289.754 triệu USD, Ấn Độ đứng thứ 3 chiếm 9,9% với trị giá xuất khẩu 209,373 triệu USD, đứng thứ 4 là Ý chiếm 8,5% với trị giá xuất khẩu 178,464 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về về nhóm hàng các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách và các loại tương tự (HS.42) tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 3%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc chỉ tăng chậm 2%/năm, Pháp tăng 14%, Ấn Độ 10%/năm và Ý tăng 5%. Cũng trong giai đoạn này, quốc gia có mức tăng trưởng bình quân hàng năm có mức tăng mạnh trong khu vực Asean là Myanmar tăng 90%/năm, tiếp theo là Cambodia tăng 74%/năm, Singapore tăng 41%/năm, Indonesia tăng 29%/năm, Thái Lan tăng 12%/năm và Philippines tăng 8%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Tây Ban Nha trong nhóm hàng này là hòm, vali, xách đựng đồ nữ trang, cặp tài liệu, cặp sách, cặp đeo vai cho học sinh,... (HS.4202) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 47,179 triệu USD; hàng may mặc, đồ phụ trợ quần áo và các vật phẩm khác bằng da lông (HS.4203) đạt 0,769 triệu USD; yên cương và bộ yên cương dùng cho các loài động vật (kể cả dây kéo, dây d8át,...),... (HS.4201) có trị giá xuất khẩu đạt 0.377 triệu USD;...

- **Xuất khẩu cá và động vật giáp xác, động vật thân mềm và động vật thủy sinh không xương sống khác (HS.03)**

Đơn vị: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Nhập khẩu từ thế giới</b>	5.536.277	6.254.305	6.857.587	7.306.337	6.722.696

<b>Nhập khẩu từ Việt Nam</b>	79.338	73.859	49.532	49.070	43.644
------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

Việt Nam hiện là nước cung ứng lớn thứ 32 về nhóm hàng thủy hải sản tại Tây Ban Nha. Trong năm 2019, xuất khẩu thủy hải sản (HS.03) của Việt Nam sang Tây Ban Nha đạt 43,644 triệu USD, giảm 11% so với năm 2018, chiếm 0,6% trong tổng nhập khẩu của Tây Ban Nha về nhóm hàng này. Top 5 nước cung ứng lớn nhất cho Tây Ban Nha về mặt hàng này gồm: Morocco (chiếm 9,5%), tiếp theo là Argentina (6,4%); Pháp (6,1%), Bồ Đào Nha (5,8%); và Trung Quốc (5,6%).

Với thị phần 9,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Tây Ban Nha, Morocco là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 639,48 triệu USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Argentina chiếm 9,5% với trị giá xuất khẩu 429,641 triệu USD, Pháp đứng thứ 3 chiếm 7,1% với trị giá xuất khẩu 413,27 triệu USD, đứng thứ 4 là Bồ Đào Nha chiếm 5,8% với trị giá xuất khẩu đạt gần 387,344 triệu USD; đứng thứ 5 là Trung Quốc chiếm 5,6% với trị giá xuất khẩu đạt 375,3 triệu USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm này tại thị trường Tây Ban Nha trong suốt thời kỳ 2015-2019 giảm 15%/năm, trong khi đó con số này của Morocco tăng 7%/năm, Argentina 0%/năm, Pháp tăng 2%/năm; Bồ Đào Nha tăng 6%/năm và Trung Quốc tăng 7%/năm. Trong giai đoạn này, nước có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm cao nhất trong khối Asean là Malaysia tăng 26%/năm, tiếp theo là Philippines tăng 2%, Việt Nam là nước có tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm thấp nhất giảm -15%/năm, tiếp theo là Singapore -12%/năm; và Thái Lan -9%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang Tây Ban Nha trong nhóm này là cá phi lê tươi, ướp lạnh và đông lạnh (HS.0304) với giá trị xuất khẩu 30,694 triệu USD; động vật thân mềm (HS.0307) đạt 8,061 triệu USD; động vật giáp xác, đã hoặc chưa bóc mai, vỏ, sống, tươi, ướp lạnh, đông lạnh, làm khô,...(HS.0306) đạt 3,714 triệu USD; cá làm khô, muối hoặc ngâm nước muối,... (HS.0305) đạt trị giá 1,064 triệu USD;...

### **Tiềm năng xuất khẩu hàng Việt Nam sang thị trường Tây Ban Nha**

Trong năm 2019, Việt Nam đã vươn lên vị trí thứ 24 trong số gần 200 nước xuất khẩu sang Tây Ban Nha. Thậm chí Việt Nam còn đứng trên phần lớn các nước khác trong khu vực châu Á như Hàn Quốc, Indonesia, Thái Lan, Malaysia... và các đối tác truyền thống ở Mỹ Latinh như Argentina, Venezuela hay Chile. Các sản phẩm xuất khẩu chủ đạo của Việt Nam vào thị trường Tây Ban Nha là cà phê, giày dép, thủy sản, dệt may, hàng thủ công mỹ nghệ... Các doanh nghiệp Việt Nam cần chú ý tới một số vấn đề khi xuất khẩu hàng hóa vào thị trường Tây Ban Nha như:

Thứ nhất, việc giới thiệu sản phẩm thành công phụ thuộc nhiều vào các đầu mối tại Tây Ban Nha và quan hệ cá nhân. Tây Ban Nha có nhiều kênh phân phối bán hàng đa dạng, bên cạnh những đại siêu thị, siêu thị, cửa hàng tự chọn... thì các cửa hàng bán lẻ truyền thống vẫn tồn tại phổ biến và việc có mối quan hệ các đầu mối địa phương thường sẽ là điều kiện thuận lợi để phân phối hàng đến những cửa hàng này.

Thứ hai, suy thoái kinh tế đã ảnh hưởng nhiều tới thói quen tiêu dùng của người Tây Ban Nha và giờ đây giá cả được họ xem xét rất kỹ. Bên cạnh đó, thay vì ăn tối bên ngoài, người Tây Ban Nha tiết kiệm chi phí bằng cách nấu ăn ở nhà nhiều hơn.

Thứ ba, các giấy tờ cơ bản để đưa hàng nông lâm thủy hải sản vào Tây Ban Nha bao gồm vận đơn, hóa đơn thương mại, giấy chứng nhận kiểm dịch, giấy chứng nhận nhập khẩu. Tây Ban Nha áp dụng những quy định thuế quan hài hòa của EU, các quy định về tiêu chuẩn thực phẩm của EU, ngoài ra còn có một số quy định khác.

Thứ tư, các mặt hàng có nhiều tiềm năng sang Tây Ban Nha hiện nay là thủy hải sản (các loại phi lê cá, cá bằm tươi hoặc đông lạnh, tôm, mực...). Người Tây Ban Nha ăn nhiều thủy hải sản không phải vì họ ưa thích mà vì họ cho rằng nó tốt cho sức khỏe, nên tiêu dùng thủy hải sản ở nước này rất cao, 70% người tiêu dùng ăn ít nhất 1 lần 1 tuần sản phẩm thủy hải sản. Đối với mặt hàng hoa quả, Tây Ban Nha là nước sản xuất nhiều mặt hàng hoa quả nhiệt đới trong số các nước EU. Tuy nhiên, Tây Ban Nha cũng là nước có tốc độ tăng trưởng nhập khẩu từ các nước đang phát triển cao nhất EU (tăng 32%/năm) mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng kinh tế. Các mặt hàng chuối (tăng 50%/năm) và dứa (tăng 30%/năm) là những mặt hàng có tốc độ tăng trưởng nhập khẩu từ các nước đang phát triển cao nhất. Các sản phẩm nhập khẩu phổ biến nhất từ các nước đang phát triển bao gồm chuối (44%) và dứa (30%). Đây chính là điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nông sản Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng này vào thị trường Tây Ban Nha.

Tuy nhiên các doanh nghiệp Việt Nam cần phải chú trọng tới việc sản xuất đúng quy cách và đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng (theo các tiêu chuẩn chung của Liên minh Châu Âu và của Tây Ban Nha áp dụng với các mặt hàng nông sản). Ngoài ra còn có các mặt hàng quả nhiệt đới khác như bơ, ổi, xoài và măng cầu được coi là các loại trái cây đặc sản của Việt Nam nhưng lại chưa được người tiêu dùng Tây Ban Nha biết tới và không tiêu thụ thường xuyên. Chính vì vậy các doanh nghiệp Việt Nam cần xúc tiến đẩy mạnh quảng bá các sản phẩm nông sản Việt Nam, xây dựng được thương hiệu riêng cho các loại nông sản, tránh trường hợp phụ thuộc quá lớn vào một vài thị trường truyền thống.

### Những nhóm hàng nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam từ Tây Ban Nha

Việt Nam đã nhập khẩu trên 490,717 triệu USD hàng hóa từ Tây Ban Nha trong năm 2019, giảm 2% so với năm 2018. Trong suốt thời kỳ 2015-2019, mức tăng trưởng bình quân hàng năm đạt 5%/năm.

### Các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ thị trường Tây Ban Nha

Đơn vị tính: Ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2015	Tăng trưởng hàng năm 2015-2019, %	Thị phần trong tổng xuất khẩu của Tây Ban Nha-2019, %
	<b>Tổng cộng</b>	<b>490.717</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
85	Thiết bị điện - điện tử	58.664	5	0
84	Nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận	52.593	11	0

32	Các chất chiết xuất làm thuốc nhuộm hoặc thuốc da; ta nanh và các chất dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, thuốc màu và các chất màu khác, sơn và véc ni, các loại mực khác	30.633	6	1
30	Dược phẩm	28.364	8	0
61	Quần áo, hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	25.820	8	0
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	23.839	1	0
62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc	22.137	56	0
52	Cotton	17.172	22	3
02	Thịt và các sản phẩm từ thịt	16.781	14	0
87	Xe trừ phương tiện chạy trên đường sắt hoặc đường tàu điện và các bộ phận và phụ kiện của chúng	13.844	16	0

*Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.*

### Hợp tác đầu tư

Theo số liệu thống kê của Bộ kế hoạch và Đầu tư, tính đến tháng 7/2020 Tây Ban Nha hiện có 75 dự án với tổng vốn đăng ký là 112, 75 triệu USD USD tại Việt Nam đứng thứ 46/137 quốc gia và vùng lãnh thổ có vốn đầu tư trực tiếp tại Việt Nam.

Riêng từ tháng 01/2020 đến cuối tháng 7/2020, Tây Ban Nha có 04 dự án cấp mới với vốn đăng ký 0,10 triệu USD; số lượt dự án điều chỉnh là 02 dự án với vốn đăng ký điều chỉnh là 10,12 triệu USD; số lượt góp vốn mua cổ phần là 06 với giá trị góp vốn mua cổ phần 0,33 triệu USD. Như vậy 07 tháng đầu năm 2020, Tây Ban Nha đã có tổng vốn đăng ký là 10,55 triệu USD.

Dự án lớn nhất của Tây Ban Nha tại Việt Nam tính đến thời điểm hiện tại là dự án Công ty TNHH Grupo EA Việt Nam, có tổng vốn đầu tư đăng ký đạt 5,87 triệu USD, hoạt động trong lĩnh vực sản xuất nước uống không cồn; tiếp theo là dự án sản xuất men sứ và thuốc màu tại Bà Rịa – Vũng Tàu (3,6 triệu USD); dự án sản xuất vật liệu cách nhiệt cao cấp tại Vĩnh Phúc (2,4 triệu USD). Chính phủ Việt Nam cũng đang tạo mọi điều kiện để các doanh nghiệp Tây Ban Nha tham gia đầu tư vào các dự án lớn tại Việt Nam, đặc biệt là các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng, tàu điện ngầm. Hiện Cục Hàng hải Việt Nam đang triển khai rất hiệu quả dự án ODA của Tây Ban Nha về “Cải tạo, nâng cấp hệ thống đèn biển” với trị giá 3 triệu USD. Các doanh nghiệp Tây Ban Nha đang quan tâm đầu tư các dự án hạ tầng lớn tại Việt Nam, kể cả theo hình thức PPP.

Hiện nay, các nhà đầu tư Tây Ban Nha tập trung chủ yếu vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo. Còn lại lần lượt là các ngành bán buôn, bán lẻ, sửa chữa; xây dựng; hoạt động chuyên môn, khoa học công nghệ; thông tin truyền thông và vận tải kho bãi.



Theo Cục Đầu tư nước ngoài, về thương mại, Tây Ban Nha là một trong những nước EU có tốc độ tăng trưởng trao đổi thương mại với Việt Nam ở mức cao. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Tây Ban Nha bao gồm thủy sản, cafe, dệt may, giày dép,...

Tuy nhiên, FDI của Tây Ban Nha vào Việt Nam còn khiêm tốn và chưa tương xứng với tiềm năng. Trong thời gian tới, hai nước cần tạo các cơ hội để doanh nghiệp tìm hiểu các cơ hội đầu tư hai chiều, đặc biệt là trong một số lĩnh vực mũi nhọn của các doanh nghiệp Tây Ban Nha như xây dựng, chế tạo máy, công nghiệp đóng tàu, sản xuất dầu ôliu.

Việt Nam là đối tác thương mại chính của Tây Ban Nha trong các nước ASEAN. Trao đổi thương mại hai chiều 10 năm qua tăng với tốc độ bình quân khoảng 15%/năm, đạt hơn 3 tỷ USD năm 2019. Hai bên đặt mục tiêu đưa kim ngạch thương mại lên 5 tỷ USD vào năm 2020. Tuy nhiên, do đại dịch Covid-19 xảy ra trong năm 2020 nên việc đạt được mục tiêu khó thực hiện được.

Về hợp tác phát triển, Tây Ban Nha ưu tiên quan hệ với Việt Nam và dành hơn 300 triệu USD ODA cho các dự án hợp tác song và đa phương hơn 10 năm qua. Hiện nay, Tây Ban Nha vẫn tiếp tục dành khoảng 350 triệu USD cho các dự án phát triển hạ tầng tại Việt Nam, trong đó có dự án đường Metro số 5 tại TP.HCM – hy vọng sẽ là cú hích để các nhà đầu tư lớn Tây Ban Nha vào Việt Nam.

Đến nay, đầu tư FDI của Tây Ban Nha vào Việt Nam còn khiêm tốn, đứng thứ 16/25 nước EU và đứng thứ 46/137 quốc gia và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Tuy lĩnh vực này hiện còn hạn chế về số lượng dự án nhưng có triển vọng lớn về tiềm năng vốn và chất lượng châu Âu. Trong đó, phải kể đến đầu tư của REPSOL, một tập đoàn hàng đầu thế giới về lĩnh vực năng lượng, vào Việt Nam. Việc mở nhà máy sản xuất linh kiện điện tử áp dụng công nghệ cao của Tập đoàn PREMO tại Đà Nẵng, hay việc tư vấn xây dựng đường cao tốc Nội Bài - Lào Cai của GETINSA, là những minh chứng cho khẳng định trên.

Mối quan tâm của các nhà đầu tư Tây Ban Nha vào Việt Nam ngày càng tăng. Những kinh nghiệm của bạn trong lĩnh vực năng lượng tái tạo, cơ sở hạ tầng, du lịch, công nghệ cao, xây dựng và kiến trúc sẽ là những đóng góp quý báu cho Việt Nam. Việc cải cách khung pháp lý và thông qua Hiệp định tự do thương mại với EU có hiệu lực đầu tháng 8/2020 chắc chắn sẽ củng cố niềm tin của các công ty Tây Ban Nha đối với thị trường Việt Nam.

Sự thu hút của Tây Ban Nha với Việt Nam và ngược lại, không còn bó hẹp chỉ trong lĩnh vực kinh tế. Lượng khách du lịch Tây Ban Nha đến Việt Nam tăng hàng năm cho thấy sự hấp dẫn từ Việt Nam của các yếu tố lịch sử, văn hóa, ẩm thực... đối với người dân Tây Ban Nha. Năm 2017, Việt Nam đã đón gần 80 nghìn lượt khách du lịch Tây Ban Nha và du khách Việt Nam cũng bắt đầu lựa chọn “xứ sở bò tót” là điểm đến yêu thích.

## Chương 5: Những quy định và tiêu chuẩn thương mại

### Hải quan, quy định và tiêu chuẩn

#### Rào cản thương mại

Bao gồm các rào cản (thuế quan và phi thuế quan) mà các công ty nước ngoài phải đối mặt khi xuất khẩu sang quốc gia này.

Để biết thêm thông tin và giúp đỡ với các rào cản thương mại xin vui lòng liên hệ:

Thực thi thương mại quốc tế

Thực thi và tuân thủ

(202) 482-0063

[ECCcommunications@trade.gov](mailto:ECCcommunications@trade.gov)

Các công ty xây dựng nước ngoài lưu ý rằng họ đã không thể giành được các hợp đồng xây dựng khu vực công ở Tây Ban Nha, mặc dù họ không cáo buộc cụ thể sự phân biệt đối xử có hệ thống gây bất lợi cho họ bởi chính quyền Tây Ban Nha. Các đối tác Tây Ban Nha đã giành được nhiều hợp đồng xây dựng khu vực công lớn ở nước ngoài đặc biệt là Hoa Kỳ, điều này đã khiến các công ty Hoa Kỳ rất cạnh tranh thường hỏi tại sao họ không thành công tương tự ở thị trường Tây Ban Nha.

Mở rộng thương mại các loại cây trồng biến đổi gen ở EU chỉ giới hạn ở hơn 130.000 ha bắp MON810 ở Tây Ban Nha (95%) và Bồ Đào Nha (5%) vào năm 2018. Những hạn chế về quy định ngăn chặn khu vực này tăng trưởng hơn nữa bao gồm lệnh cấm trồng trọt ở 18 thành viên tiểu bang, quy tắc cùng tồn tại nghiêm ngặt và đăng ký đất canh tác bắt buộc.

Cây trồng GE mới đang xâm nhập thị trường toàn cầu với tốc độ ngày càng nhanh. Các quy trình pháp lý của EU để phê duyệt các nhà máy công nghệ sinh học mất nhiều thời gian hơn so với các quy trình tại các quốc gia cung cấp. Điều này đã dẫn đến một khoảng cách ngày càng lớn giữa các sản phẩm GE được quy định và phát triển ở Hoa Kỳ và các nước đang phát triển công nghệ sinh học khác, và những nước đã được EU chấp nhận, dẫn đến sự gián đoạn một phần hoặc toàn bộ thương mại các mặt hàng và sản phẩm chế biến bị ảnh hưởng. Điều này được cho là vấn đề khó khăn đối với các công ty thương mại hàng hóa, vì nó giới hạn các lựa chọn tìm nguồn cung ứng của họ và làm tăng rủi ro trong hoạt động của họ với các quốc gia chưa được phê duyệt. Xuất khẩu hàng hóa nông nghiệp dành cho EU đã bị từ chối khi truy xuất nguồn gốc. Ngoài ra, sự chậm trễ trong phê duyệt ở EU đã làm ảnh hưởng đến các quyết định trồng trọt ở các nước thứ ba muốn duy trì nhà cung cấp nông nghiệp cho EU.

Các đài truyền hình Tây Ban Nha được pháp luật yêu cầu phải dành 51% thời lượng phát sóng hàng năm cho các sản phẩm nghe nhìn châu Âu (AV). Các nhà điều hành truyền hình cũng có nghĩa vụ đóng góp 5% thu nhập hàng năm của họ để tài trợ cho các bộ phim truyền dài tập châu Âu cho truyền hình châu Âu, với 60% hạn ngạch đầu tư được sử dụng cho các sản phẩm AV bằng một trong những ngôn ngữ chính thức của Tây Ban Nha. Tháng 3 năm 2010, Luật nghe nhìn chung đã được sửa đổi (Law 7/2010) đã được thông qua, áp đặt các hạn chế đối với việc nắm giữ hoặc cho thuê giấy phép truyền thông nghe nhìn của các cá nhân hoặc pháp nhân là công dân của các quốc gia thuộc khu vực kinh tế ngoài châu Âu.

Luật điện ảnh mới có hiệu lực vào tháng 12 năm 2009 (Nghị định Hoàng gia 2062/2008 ngày

12 tháng 12). Nghị định này được mở rộng trên tất cả các khía cạnh của Luật Điện ảnh ngoài việc tạo ra một phần về các hoạt động AV trong sổ đăng ký Tài sản cá nhân, sẽ được xử lý theo một luật riêng. Quy định có các biện pháp chống vi phạm bản quyền. Quy định cũng thay đổi các thủ tục bắt buộc mà các công ty sản xuất phim bắt buộc phải thực hiện với chính quyền Tây Ban Nha, đơn giản hóa quy trình để có được giấy chứng nhận quốc tịch, chứng nhận phim, chứng chỉ phân phối hoặc đăng ký trong Đăng ký của các công ty AV. Quy định này cũng có một điều khoản cho phép các công ty sản xuất và các kênh truyền hình đồng ý về cách đầu tư 5% tổng thu nhập của các công ty truyền hình. Các kênh truyền hình có thể quyết định khi nào và trên bộ phim nào họ sẽ đầu tư. Ngoài ra, quy định này còn khuyến khích các Hiệp hội lợi ích kinh tế đầu tư vào sản xuất phim, lựa chọn các hình thức viện trợ giống như các công ty sản xuất phim khác.

### **Thuế nhập khẩu**

Bao gồm thông tin về mức thuế suất trung bình và các loại mà các công ty nước ngoài nên biết khi xuất khẩu đến thị trường Tây Ban Nha.

Hải quan Tây Ban Nha định giá lô hàng theo mức giá CIF (chi phí, bảo hiểm và cước phí). Đối với các sản phẩm nước ngoài, thuế suất trung bình 5%. Một đại lý hải quan đã đăng ký phải làm các thủ tục cho tất cả các lô hàng thông quan. Thông thường, tổng chi phí để làm thủ tục hải quan là từ 20% đến 30% giá trị CIF của lô hàng. Ước tính này bao gồm thuế quan, 21% thuế giá trị gia tăng (VAT), cộng với phí đại lý hải quan và phí xử lý. Tổng chi phí cùng với mức thuế VAT phải thấp hơn ấn định giá trị của hàng hóa (ví dụ như thực phẩm).

Các quy tắc áp dụng cho các sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào khu vực hải quan của EU hoặc, trong một số trường hợp, được xuất khẩu từ đó, có sẵn trong Biểu thuế tổng hợp của Cộng đồng, được gọi là TARIC (Tarif Intégré de la Communauté). TARIC cũng được sử dụng để giúp xác định xem có cần phải có giấy phép cho một sản phẩm cụ thể không.

TARIC có thể được tìm kiếm theo nước xuất xứ, Mã số HS và mô tả sản phẩm trên trang web tương tác của Tổng cục Thuế và Liên minh Hải quan. TARIC trực tuyến được cập nhật hàng ngày. Hơn nữa, Ủy ban Châu Âu duy trì một bộ phận trợ giúp xuất khẩu với thông tin về các hạn chế nhập khẩu của các sản phẩm khác nhau - Trợ giúp Xuất khẩu.

Tài liệu nhập khẩu và thuế quan cho các sản phẩm nông nghiệp tương tự như các nước EU khác. Một số mặt hàng nông sản như đậu nành, hạt hướng dương, phụ phẩm bắp và gỗ xẻ được miễn thuế hoặc chịu mức thuế tối thiểu. Tuy nhiên, phần lớn thực phẩm và nông sản thuộc Chính sách Nông nghiệp chung của EU (CAP) như ngũ cốc phải chịu thuế, hạn ngạch thuế quan và / hoặc thuế nhập khẩu hay thay đổi làm hạn chế đáng kể việc tiếp cận thị trường Tây Ban Nha.

### **Yêu cầu nhập khẩu và giấy tờ**

Bao gồm giấy tờ nhập khẩu và các yêu cầu khác cho cả nhà xuất khẩu nước ngoài và nhà nhập khẩu nước ngoài.

#### *Giấy tờ nhập khẩu*

Một bản sao của hóa đơn thương mại nên đi kèm với lô hàng để tránh sự chậm trễ trong thủ tục hải quan. Điều đáng chú ý là các mô tả không chính xác là một lý do phổ biến cho hàng hóa bị giữ lại mà không được thông quan, có nghĩa là một mô tả rõ ràng về hàng hóa là điều cần thiết và nên được diễn đạt mô tả hàng hóa bằng từ ngữ theo một cách nào đó để một người hay một cá nhân không nhất thiết phải có một sự hiểu biết về một ngành nghề cụ thể hoặc vật phẩm đó. Một mô tả rõ ràng về hàng hóa phải đáp ứng ba câu hỏi cơ bản đó là sản phẩm đó là gì, được

sử dụng như thế nào và nó được sản xuất bằng cái gì.

Không yêu cầu hình thức hóa đơn đặc biệt, nhưng tất cả các chi tiết cần thiết để thiết lập giá trị thực của hàng hóa cần được cung cấp. Ít nhất hai bản sao bổ sung của hóa đơn phải được gửi cho người nhận hàng để tạo thuận lợi cho thủ tục hải quan.

Các công ty kinh doanh tại EU hoặc các công ty xuất khẩu sang EU (ví dụ doanh nghiệp hoạt động điều hành được ủy quyền) cần có Số đăng ký và số nhận dạng doanh nghiệp hoạt động điều hành (EORI) để khai báo hải quan và để đăng ký tư cách doanh nghiệp hoạt động điều hành được ủy quyền. Khi một công ty có EORI, nó sẽ có hiệu lực trong toàn liên minh hải quan EU và dự kiến sẽ đẩy nhanh quá trình xử lý hải quan.

*Yêu cầu của Tây Ban Nha:* Mặc dù Tây Ban Nha không thực thi bất kỳ hạn ngạch nào đối với các sản phẩm được sản xuất ở nước ngoài, nhưng nó vẫn yêu cầu các giấy tờ nhập khẩu, được mô tả dưới đây, không có bất kỳ thể hiện rào cản thương mại nào đối với hàng hóa có nguồn gốc từ nước ngoài.

*Ủy quyền nhập khẩu:* (Autorización Ad hánhativa de Importación, AAI) được sử dụng để kiểm soát nhập khẩu theo hạn ngạch. Mặc dù không có hạn ngạch đối với hàng hóa của nước ngoài, các loại giấy tờ này vẫn có thể được yêu cầu nếu một phần của lô hàng có hàng hóa được sản xuất hoặc sản xuất tại nước thứ ba.

*Thông báo trước về nhập khẩu:* (Notificación previa de importación) được sử dụng cho hàng hóa lưu thông trong Khu vực Liên minh Hải quan EU nhưng được kiểm soát cho mục đích thống kê. Nhà nhập khẩu phải có được các loại giấy tờ này và xuất trình vào Cơ quan đăng ký chung.

Các nhà nhập khẩu có thể xin giấy phép nhập khẩu tại Ban Thư ký Thương mại của Cơ quan Đăng ký Tây Ban Nha hoặc tại bất kỳ văn phòng khu vực nào của nó. Một hóa đơn thương mại bao gồm vận chuyển hàng hóa và bảo hiểm, giá CIF, trọng lượng tịnh và tổng, và một số hóa đơn phải kèm theo đơn xin cấp phép. Hải quan chấp nhận hóa đơn thương mại bằng fax. Giấy phép, đã được cấp trước đây, thường có hiệu lực trong sáu tháng, nhưng có thể được gia hạn nếu được chứng minh đầy đủ.

Khi hàng hóa không có giấy phép nhập khẩu hoặc tờ khai hải quan thích hợp thì hàng hóa đó được vận chuyển đến một khu vực hải quan Tây Ban Nha và thường phải chịu sự chậm trễ đáng kể và có thể phải chịu chi phí vận chuyển đáng kể. Trước khi thực hiện giao hàng, các nhà xuất khẩu nước ngoài cần đảm bảo rằng bên nhập khẩu đã có được giấy phép cần thiết. Ngoài ra, các nhà xuất khẩu nước ngoài nên yêu cầu nhà nhập khẩu của họ xác nhận với hải quan Tây Ban Nha cho dù bất kỳ phê duyệt sản phẩm hoặc chứng nhận đặc biệt nào khác sẽ được yêu cầu cho lô hàng để được thông quan.

Quy định đưa ra mức tiền phạt cho các hành động chậm trễ thủ tục hải quan bình thường. Tiền phạt thường dao động trong khoảng 30 - 60 EUR (35 - 70 USD).

Để bảo vệ môi trường tốt hơn, Liên minh châu Âu đã cập nhật một số quy định về các sản phẩm bao gồm pin, hóa chất, mỹ phẩm, nông sản và nhiều hơn nữa. Những thay đổi này bao gồm Chỉ thị về Pin của EU, REACH (Đăng ký, Đánh giá và Cấp phép và Hạn chế Hóa chất), Chỉ thị WEEE (Thiết bị Điện và Điện tử Chất thải, RoHS (Hạn chế các Chất độc hại), quy định về mỹ phẩm, chứng nhận kiểm dịch thực vật và chứng nhận vệ sinh. Liên quan đến những thay đổi trong quy định này, hãy tham khảo <https://www.export.gov/article?id=Eurock-Union-Import-Requirements-and-Documntation>.

## Yêu cầu ghi nhãn/đánh dấu

Các nhà sản xuất nên lưu ý rằng, ngoài các chương trình bắt buộc và tự nguyện của EU, các chương trình ghi nhãn tự nguyện quốc gia vẫn có thể được áp dụng. Những kế hoạch này có thể được người tiêu dùng đánh giá cao, do đó trở nên không thể tránh khỏi cho các mục đích tiếp thị.

Các nhà sản xuất nên lưu ý rằng tất cả các nhãn yêu cầu đơn vị tiêu chuẩn đo lường/tham số mặc dù ghi nhãn kép là chấp nhận được. Việc sử dụng ngôn ngữ trên nhãn là vấn đề của Ủy ban Truyền thông, khuyến khích thông tin đa ngôn ngữ, đồng thời bảo vệ quyền của các quốc gia thành viên nhằm yêu cầu sử dụng ngôn ngữ của quốc gia tiêu dùng.

Nhãn tiêu chuẩn của Hoa Kỳ không tuân thủ các yêu cầu ghi nhãn của EU. Vào ngày 13 tháng 12 năm 2014, Quy định về Thông tin Thực phẩm mới của EU từ Đức cho người tiêu dùng (FIC) 1169/2011 được áp dụng và đưa ra các nghĩa vụ mới và thay đổi các quy tắc hiện có. Quy định FIC đã thiết lập các yêu cầu ghi nhãn ngang mới và bãi bỏ chỉ thị ghi nhãn 2000/13/EC, cũng như chỉ thị ghi nhãn dinh dưỡng 90/496/EEC và chỉ thị nhãn cảnh báo 2008/5/EC.

Thông tin chi tiết về các yêu cầu ghi nhãn này có thể được tìm thấy trong báo cáo GAIN “Làm thế nào để tuân thủ các quy tắc ghi nhãn thực phẩm mới của EU”.

Hướng dẫn thương mại quốc gia Liên minh châu Âu

Ghi nhãn CE (<https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking/>)

Sửa lại Luật ghi nhãn CE áp dụng năm 2016 ([https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking\\_en](https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en))

Tiêu chuẩn HS (<https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/harmonised-standards/>)

Khung pháp lý mới (<https://ec.europa.eu/growth/single-market/goods/new-legislative-framework/>)

### *Nhãn sinh thái*

Nhãn sinh thái EU là nhãn tự nguyện, mà các nhà xuất khẩu của nước ngoài có thể hiển thị trên các sản phẩm mà đáp ứng các tiêu chuẩn cao về nhận thức môi trường. Nhãn sinh thái được dùng là một công cụ tiếp thị để khuyến khích người tiêu dùng mua các sản phẩm thân thiện với môi trường. Các tiêu chí để hiển thị nhãn sinh thái là nghiêm ngặt, bao gồm toàn bộ tuổi thọ của sản phẩm từ quá trình sản xuất, sử dụng và thải bỏ. Các tiêu chí này được xem xét mỗi 3 đến 5 năm một lần để tính đến những tiến bộ trong quy trình sản xuất. Hiện tại có 30 nhóm sản phẩm khác nhau và khoảng 1.300 giấy phép đã được trao cho hàng trăm sản phẩm.

Các ứng dụng để hiển thị nhãn sinh thái nên được chuyển đến cơ quan có thẩm quyền của quốc gia thành viên nơi sản phẩm được bán. Phí đăng ký sẽ nằm trong khoảng từ 275 đến 1600 EUR (325-1.890 USD) tùy thuộc vào các thử nghiệm cần thiết để xác minh xem sản phẩm có đủ điều kiện hay không và phí hàng năm cho việc sử dụng logo (thường là từ 480 - 2000 USD), với mức giảm 20% cho các công ty đã đăng ký theo Chương trình kiểm toán và quản lý sinh thái EU (EMAS) hoặc được chứng nhận theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 14001. Giảm giá dành cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs).

Các đường links chính:

Trang chủ nhãn sinh thái (nhãn Eco): <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Catalogue sản phẩm nhân sinh thái (nhãn Eco): <http://ec.europa.eu/ecat/>

Danh mục sản phẩm đủ điều kiện cho nhãn Eco: <http://ec.europa.eu/ecat/products/en/list>

Trước sự phức tạp và thay đổi nhanh chóng trong các yêu cầu về ghi nhãn, dán nhãn và thử nghiệm ở Tây Ban Nha, các nhà xuất khẩu nước ngoài nên yêu cầu các hướng dẫn thích hợp từ các nhà nhập khẩu trước khi giao hàng.

*Yêu cầu ghi nhãn cơ bản áp dụng trong các loại sản phẩm đáng tin cậy:*

- Các sản phẩm điện hoạt động trong phạm vi từ 50 đến 1.000 volt xoay chiều hoặc dòng điện trực tiếp 75 đến 1.500 volt phải tuân theo chỉ thị điện áp thấp của EU. Có ba hình thức chứng minh sự phù hợp với quy định này: nhãn hiệu do cơ quan có thẩm quyền của EU cấp, giấy chứng nhận do cơ quan EU phê duyệt hoặc tuyên bố do nhà sản xuất cấp, có thể tự chứng nhận sản phẩm.
- Thiết bị đã qua sử dụng: Tây Ban Nha hiện cho phép nhập các thiết bị, vật liệu và hàng hóa đã qua sử dụng tuân theo các tiêu chuẩn tương tự về an toàn như hàng nhập khẩu mới trong cùng loại sản phẩm.
- Thực phẩm: Tổng cục Y tế thực hiện các tiêu chuẩn tiêu dùng của con người đối với việc chuẩn bị, hàm lượng dư lượng và phương tiện lưu trữ cho hầu hết tất cả các loại thực phẩm. Ghi nhãn phải phù hợp với yêu cầu của EU và phải bằng tiếng Tây Ban Nha.
- Thức ăn và thức ăn chăn nuôi: Các sản phẩm chứa sinh vật biến đổi gen- (GMO) phải được dán nhãn là chứa GMOs. Luật mới yêu cầu truy xuất nguồn gốc thông qua chuỗi sản xuất. Nội dung GMO của các sản phẩm phải được ghi lại trong chuỗi sản xuất và được lưu giữ trong 5 năm.
- Sản phẩm nông nghiệp: Yêu cầu ghi nhãn phải được hài hòa hoàn toàn với hệ thống dán nhãn EU và nhãn phải bằng tiếng Tây Ban Nha.

Luật thực phẩm chung của EU năm 2002 đã thiết lập các nguyên tắc chung và đưa ra truy xuất nguồn gốc bắt buộc của chuỗi thức ăn và thực phẩm kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2005. Để biết thông tin cụ thể về tiêu chuẩn nông nghiệp, vui lòng tham khảo trang web của Dịch vụ nông nghiệp nước ngoài.

- Dệt may: Các quy định về hải quan và điểm bán hàng yêu cầu tất cả các mặt hàng dệt may và quần áo may sẵn đều có nhãn Tây Ban Nha. Tiêu chuẩn của Tây Ban Nha về tên loại vải và thành phần của vải yêu cầu phải được ghi rõ trên nhãn. Các yêu cầu liên quan đến thành phần vải dệt, ghi nhãn và bao bì là phải chi tiết và bao quát.
- Thuốc, Dược phẩm và Mỹ phẩm: Những hàng hóa này phải được kiểm tra kỹ thuật và đăng ký bởi Tổng cục Y tế trước khi nhập cảnh. Ngoài ra còn có các yêu cầu đánh dấu và ghi nhãn chi tiết, hơi giống với các yêu cầu đối với thực phẩm, bao gồm chi tiết thành phần hóa học.
- Phân bón và thuốc diệt nấm: Phân bón nhập khẩu phải được đăng ký với Bộ Nông nghiệp địa phương. Kiểm tra và phân tích sẽ được thực hiện trước khi thông quan.

Bộ Nông nghiệp phải phê duyệt tất cả các tài liệu quảng cáo và công khai, và nhãn phải bằng tiếng Tây Ban Nha và bao gồm các biện pháp phòng ngừa chi tiết. Trang web của Bộ bao gồm một liên kết cho các sản phẩm kiểm dịch thực vật và đăng ký trực tuyến.

## **Tạm nhập**

Hệ thống tái xuất của Tây Ban Nha phù hợp với quy định của EU. Yêu cầu tái xuất phải được gửi đến Giám đốc Hải quan của Cảng. Tái xuất hàng hóa của nước ngoài từ Tây Ban Nha theo

các thủ tục tương tự như xuất khẩu các sản phẩm của Tây Ban Nha. Hàng hóa tái xuất sang các quốc gia thành viên EU khác phải chịu sự giám sát thống kê.

Tái xuất khẩu đến các điểm đến bên ngoài EU và không nằm trong các quy định cụ thể của EU được xuất khẩu kèm theo Tờ khai xuất khẩu hải quan kèm tại điểm xuất cảnh. Một số lượng hàng hóa hạn chế yêu cầu phải có Giấy thông báo xuất khẩu trước.

Các nhà xuất khẩu hàng hóa công nghệ cao tuân theo quy trình kiểm soát xuất khẩu phải đảm bảo rằng các khách hàng và công ty con của Tây Ban Nha nhận biết được tất cả các biện pháp kiểm soát xuất khẩu có liên quan.

Có bốn loại thủ tục xử lý việc tái xuất hàng hóa:

- Tạm nhập: Hàng hóa nhập khẩu trong một khoảng thời gian có giới hạn theo hộ chiếu hải quan quốc tế cho hàng hóa - ATA Carnet (chứng từ hải quan quốc tế đối với hàng nhập khẩu miễn thuế tạm thời). Một bảo lãnh ngân hàng dưới dạng trái phiếu tương đương với thuế hàng hóa phải được cung cấp cho hải quan, sẽ được hoàn trả sau khi hàng hóa rời khỏi đất nước.
- Nhận tạm thời: Hàng hóa sẽ được hợp nhất vào một sản phẩm cuối cùng để xuất khẩu. Tương tự thủ tục sử dụng cho tạm nhập áp dụng cho tái xuất.
- Hàng hóa thay thế: Các công ty có nhu cầu liên tục về nguyên liệu chính, hàng hóa hoặc trung gian có thể yêu cầu phê duyệt trước cho hàng hóa thay thế sau năm thứ hai hoạt động. Họ phải ký quỹ với hải quan chỉ căn cứ vào đền bù thuế. Thay thế cho hàng hóa bị lỗi bị phá hủy dưới sự giám sát của hải quan được thừa nhận miễn thuế, nhưng quy định tài liệu hỗ trợ rộng rãi.
- Hoàn thuế: Thuế được thanh toán đồng thời với việc đưa ra danh sách các sản phẩm sẽ được tái xuất trong tương lai. Sau đó, thuế sẽ được hoàn lại khi làm thủ tục hải quan xuất ra khỏi Tây Ban Nha.

Để nhập tạm thời, thông thường nên mua ATA Carnet, cho phép nhập hàng tạm thời, miễn thuế vào hơn 50 quốc gia và được Hội đồng Kinh doanh Quốc tế Hoa Kỳ cấp do Cơ quan Hải quan Hoa Kỳ chỉ định: [www.uscib.org](http://www.uscib.org).

Các công ty nên sử dụng thủ tục carnet này để tạm thời đưa hàng hóa vào Tây Ban Nha cho mục đích trình diễn/trưng bày mà không phải trả thuế hoặc ký quỹ. Carnet phải được trình nộp cho cơ quan hải quan bất cứ khi nào vào hoặc ra khỏi đất nước. Các mặt hàng có thể ăn được và hàng mẫu cho đi không bao gồm trong các thủ tục carnet.

Thông tin về các ứng dụng carnet có sẵn từ tất cả các Trung tâm hỗ trợ xuất khẩu của các quốc gia, hầu hết các phòng thương mại của các nước và các công ty bảo hiểm xuất khẩu được ủy quyền. Thông tin và hướng dẫn trực tuyến cũng có sẵn tại: ATA Carnet Export Service.

Tài liệu quảng cáo, catalogs, bảng giá và các mặt hàng đã được in ấn tương tự được miễn thuế. Tuy nhiên, để tránh các vấn đề, các mục như vậy phải luôn được dán nhãn, “không có giá trị”. Mặt khác, thuế hải quan có khả năng được đánh vào hàng mẫu.

Tây Ban Nha thừa nhận các hàng mẫu miễn thuế giá trị không đáng kể, như một bên ký kết Công ước quốc tế nhằm tạo thuận lợi cho việc nhập khẩu các hàng mẫu thương mại và quảng cáo. Các mặt hàng có giá trị thương mại không bao gồm theo thủ tục carnet có thể được các công ty nhập khẩu tối đa một năm sau khi thanh toán tiền gửi kho. Sau khi xuất trình biên lai hải quan và khi tái xuất, tiền đặt cọc được hoàn trả.

Khách kinh doanh nhập hàng mẫu thương mại nên mang thư từ công ty của họ xác nhận tình trạng của họ, xác định các mẫu và xác nhận rằng các mẫu không được bán.

## Hàng hóa nhập khẩu bị cấm và hạn chế

Bao gồm một danh sách các hàng hóa bị cấm xuất khẩu sang Tây Ban Nha hoặc bị hạn chế.

Để xác định xem sản phẩm có bị cấm hoặc bị hạn chế hay không, hãy kiểm tra trên TARIC cho sản phẩm đó theo các chuẩn mực sau:

Công ước CITES về buôn bán quốc tế các loài có nguy cơ tuyệt chủng

Đình chỉ nhập khẩu PROHI

Hạn chế nhập khẩu RSTR

Để biết thông tin về cách truy cập TARIC, hãy xem phần Biểu thuế nhập khẩu.

Quy định của Tây Ban Nha cấm nhập khẩu ma túy và thuốc ngủ. Ngoài ra còn có các quy định rất hạn chế đối với việc nhập khẩu chất nổ, vũ khí, thiết bị quốc phòng và vật liệu, thuốc lá và vật liệu đánh bạc. Hơn nữa, chính phủ hạn chế nhập khẩu nhiều loại dược phẩm.

Các quy định của EU về hormone cấm hầu hết thịt bò và các sản phẩm thịt bò của Hoa Kỳ xâm nhập vào EU và không cho nhập khẩu một số gia súc sống. Hoa Kỳ đã phản đối thành công lệnh cấm về hormone tăng trưởng của EU tại Tổ chức Thương mại Thế giới, nhưng EU vẫn chưa mở cửa thị trường cho thịt bò được xử lý hormone tăng trưởng. Thay vào đó, EC đã mở một hạn ngạch cho việc nhập khẩu thịt bò không có hormone tăng trưởng.

Cơ sở cho hạn ngạch HQB này là Bản ghi nhớ (MOU) giữa Hoa Kỳ và Liên minh Châu Âu. Các chi tiết cho việc thi hành thuế 0% này, hạn ngạch thịt bò 20.000 tấn đã được công bố trong Quy định của Ủy ban (EC) số 620/2009.

Dàn xếp thỏa thuận Hoa Kỳ - EU này đã chính thức được phê duyệt trong Quy định của Hội đồng (EC) số 617/2009, được công bố trên Tạp chí chính thức vào ngày 15 tháng 7 năm 2009. Hạn ngạch được đưa ra vào ngày 1 tháng 8 năm 2009, trong thời gian ba năm. Hạn ngạch đã được mở rộng theo thỏa thuận chung vào ngày 1 tháng 8 năm 2012 lên 45.000 tấn. Tuy nhiên, các quốc gia sau đây được cho phép thịt bò của họ theo hạn ngạch HQB: Úc (tháng 1 năm 2010), Canada (tháng 3 năm 2011), New Zealand (tháng 7 năm 2011) và Uruguay (tháng 8 năm 2011). Biên bản ghi nhớ của Canada đã tạo thêm 3.200 tấn HQB với mức thuế 0% kể từ ngày 1 tháng 8 năm 2012, do đó nâng tổng số khả dụng lên 48.200 tấn. Brazil đang trong quá trình cấp phép. Vào tháng 8 năm 2014, EC đã cho phép Argentina tham gia nhóm các quốc gia đủ điều kiện xuất khẩu theo hạn ngạch.

Như được mô tả trong báo cáo Livestock and Products Semi -Annual 2017 của EU năm 2017, ngành công nghiệp thịt bò Hoa Kỳ đã đưa ra một kiến nghị vào tháng 12 năm 2016 để khôi phục các hành động thương mại chống lại EU liên quan đến lệnh cấm nhập khẩu thịt bò lâu đời của EU vào Hoa Kỳ. Vào ngày 15-16 tháng 2 năm 2017, Văn phòng Đại diện Thương mại Hoa Kỳ (USTR) đã tổ chức phiên điều trần tại Washington, DC để thu thập ý kiến về bản kiến nghị. Hoa Kỳ và EU đang thảo luận đánh giá Bản ghi nhớ về thịt bò hormone tăng trưởng.

Thỏa thuận kinh tế và thương mại toàn diện giữa Canada và Liên minh châu Âu (CETA) đã có hiệu lực vào ngày 21 tháng 9 năm 2017 và ảnh hưởng đến hạn ngạch. Số lượng hạn ngạch của hạn ngạch HBQ đã giảm từ 48.200 tấn xuống còn 45.000 tấn khi CETA có hiệu lực. 48.200 tấn ban đầu bao gồm 45.000 tấn xuất phát từ Bản ghi nhớ của Hoa Kỳ-EU và 3.200 tấn xuất phát từ Bản ghi nhớ Canada-EU hiện được kết hợp trong CETA.

Vào ngày 1 tháng 7 năm 2019, năm Hạn ngạch thịt bò chất lượng cao mới của EU sẽ bắt đầu. Đây sẽ là một năm hạn ngạch đầy đủ và sẽ bao gồm 45.000 tấn sản phẩm được chia trong bốn quý. Các nhà xuất khẩu của Hoa Kỳ có thể sử dụng hạn ngạch này cũng như hạn ngạch của



Hilton đề xuất khẩu thịt bò chất lượng cao sang Liên minh Châu Âu. Báo cáo này nêu chi tiết các yêu cầu của chương trình và chứng nhận cho cả hạn ngạch thuế quan.

Vào ngày 8 tháng 1 năm 2019, chỉ hơn 6.220 tấn thịt bò đã được chờ phân bổ vào quý thứ ba của hạn ngạch thịt bò chất lượng cao (HQB) 2018/19. Con số này chiếm 55,3% trong số 11.250 tấn có sẵn trong quý này cho đến cuối tháng 3 năm 2019. Nó cho thấy sự cạnh tranh ngày càng tăng đối với hạn ngạch HQB giữa các nước xuất khẩu đủ điều kiện. Đến ngày 1 tháng 2, lượng hạn ngạch đã giảm xuống còn 662,5 tấn.

## Quy định hải quan

### *Cấp độ EU:*

Những nỗ lực điều chỉnh chính của Liên minh Thuế và Hải quan EU:

Sáng kiến hải quan điện tử - Bao gồm những phát triển hiện đại hóa hải quan lớn để cải thiện và tạo thuận lợi cho thương mại tại các quốc gia thành viên EU. Sáng kiến hải quan điện tử về cơ bản dựa trên ba điều luật sau đây:

- Sửa đổi An ninh và An toàn đối với Bộ luật Hải quan, quy định điện toán hóa đầy đủ tất cả các thủ tục liên quan đến an ninh và an toàn;
- Quyết định về môi trường không giấy đối với hải quan và thương mại (Quyết định hải quan điện tử) đưa ra khung cơ bản và thời hạn chính cho các dự án hải quan điện tử;

Ủy ban Châu Âu cũng cung cấp thông tin về kiểm soát hải quan và chế độ nhập khẩu:

Giao dịch bên ngoài ([https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/external\\_trade.html?root\\_default=SUM\\_1\\_CODED%3D07&locale=en](https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/external_trade.html?root_default=SUM_1_CODED%3D07&locale=en))

Trang chủ của Liên minh Hải quan và Thuế (TAXUD) ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/index\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en))

### *Định giá hải quan*

Hầu hết thuế hải quan và thuế giá trị gia tăng (VAT) được biểu thị bằng tỷ lệ phần trăm của giá trị hàng hóa được khai báo để nhập khẩu.

Giá trị của hàng hóa nhập khẩu là một trong ba “yếu tố thuế” cung cấp cơ sở để định giá thuế hải quan, là thuật ngữ kỹ thuật cho số tiền thuế phải nộp, các yếu tố khác là nguồn gốc của hàng hóa và thuế hải quan ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/calculation-customs-dissions/what-is-customs-valval\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customs-dissions/what-is-customs-valval_en)).

### *Hải quan và an ninh*

Với việc thông qua Quy định (EC) số 648/2005 ngày 13 tháng 4 năm 2005, Liên minh Châu Âu đã đưa ra một số biện pháp sửa đổi Bộ luật Hải quan chung được thiết kế để thắt chặt an ninh xung quanh hàng hóa qua biên giới quốc tế.

Một trong những sáng kiến này là chương trình Nhà điều hành kinh tế được ủy quyền (AEO) (được gọi là sửa đổi bảo mật trên mạng). Chứng nhận AEO do cơ quan hải quan quốc gia cấp được công nhận bởi tất cả các cơ quan hải quan của các quốc gia thành viên. Các nhà khai thác kinh tế có thể đăng ký trạng thái AEO để dễ dàng tiếp cận đơn giản hóa hải quan hơn hoặc ở vị trí thuận lợi hơn để tuân thủ các yêu cầu bảo mật mới. Các chương trình AEO và C-TPAT đã được triển khai theo hai giai đoạn và kể từ tháng 1 năm 2013, các thành viên được chứng nhận của AEO được hưởng lợi từ các điều kiện liên quan đến kiểm soát hải quan liên quan đến an ninh và an toàn, theo quy định (EU) 58/2013.

Những thay đổi lớn khác đối với Bộ luật Hải quan yêu cầu thương nhân cung cấp cho cơ quan hải quan thông tin về hàng hóa trước khi nhập khẩu hoặc xuất khẩu từ Liên minh Châu Âu; xem thông báo trước khi đến/khởi hành trước và giới thiệu một cơ chế để thiết lập các tiêu chí lựa chọn rủi ro cho các kiểm soát, được hỗ trợ bởi các hệ thống máy tính. Thông tin thêm về hải quan và an ninh EU.

Thông tin liên hệ Cơ quan Hải quan Quốc gia:

Agencia Estatal de Administración Tributaria,  
Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales

Avda. Llano Castellano, 17, 28034 Madrid

A.M. Phone: (34) 91-728-9450

P.M. Phone: (34) 91-728-9502

Fax: (34) 91-729-2065

Website: ([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/general-information-customs/customssecurity/authorised-economic-operator-aeo\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/customssecurity/authorised-economic-operator-aeo_en))

### **Tiêu chuẩn thương mại**

#### *Tổng quan - Liên minh châu Âu*

Các sản phẩm được thử nghiệm và chứng nhận tại Hoa Kỳ theo tiêu chuẩn Hoa Kỳ có thể yêu cầu thử nghiệm lại và chứng nhận lại theo các yêu cầu của EU do các cách tiếp cận khác nhau của EU đối với các mối quan tâm về sức khỏe, an toàn và môi trường. Trong trường hợp các sản phẩm không được quy định bởi luật kỹ thuật cụ thể của EU, chúng luôn tuân theo Chỉ thị an toàn sản phẩm chung của EU, cũng như các yêu cầu quốc gia bổ sung có thể.

Các tiêu chuẩn của Liên minh Châu Âu đã được hài hòa trên 28 quốc gia thành viên EU và các quốc gia thuộc Khu vực Kinh tế Châu Âu để cho phép hàng hóa tự do lưu thông. Có thể tìm thấy thông tin về sự hài hòa của pháp luật EU bao gồm các tiêu chuẩn nông nghiệp và các tổ chức tiêu chuẩn như CENELEC (Ủy ban Tiêu chuẩn Điện tử Châu Âu), ETSI (Viện Tiêu chuẩn Viễn thông Châu Âu) và CEN (Ủy ban Tiêu chuẩn Châu Âu, xử lý tất cả các tiêu chuẩn khác) các liên kết dưới đây.

Mặc dù việc hài hòa hóa luật pháp EU có thể tạo điều kiện tiếp cận Thị trường chung EU, các nhà sản xuất nên lưu ý rằng các quy định (bắt buộc) và tiêu chuẩn kỹ thuật (tự nguyện) cũng có thể đóng vai trò là rào cản đối với thương mại nếu các tiêu chuẩn của Hoa Kỳ khác với Liên minh Châu Âu.

<https://www.export.gov/article?id=European-Union-Trade-Standards>

#### *Tiêu chuẩn - Tây Ban Nha*

Các yêu cầu của Tây Ban Nha đối với các tiêu chuẩn chứng nhận và thử nghiệm đã dần dần áp dụng các chỉ thị của EU. Hầu hết các sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn và yêu cầu chứng nhận của bất kỳ quốc gia EU nào khác có thể được nhập khẩu và bán tại Tây Ban Nha mà không cần thử nghiệm thêm.

Bộ Công nghiệp Tây Ban Nha xử lý các ứng dụng tương đồng và thúc đẩy chứng nhận và chuẩn hóa cho các sản phẩm công nghiệp và quy trình và thủ tục kiểm soát chất lượng.

Tiêu chuẩn Tây Ban Nha được phát triển bởi UNE (trước đây gọi là AENOR), Hiệp hội Tiêu chuẩn Tây Ban Nha.

### *Kiểm tra và chứng nhận*

Hiệp hội Tiêu chuẩn & Hiệp hội Chứng nhận Tây Ban Nha ban đầu được gọi là AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Đầu năm 2017, tổ chức này đã được tách thành các pháp nhân riêng biệt, UNE và AENOR, với UNE trở thành cơ quan mẹ. UNE chịu trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn và dự án hợp tác, trong khi AENOR, cơ quan chứng nhận tiêu chuẩn Tây Ban Nha, chịu trách nhiệm đánh giá sự phù hợp và thúc đẩy các tiêu chuẩn, đào tạo, dịch vụ thông tin, bán tiêu chuẩn và các hoạt động thương mại khác của Tây Ban Nha. UNE tham gia vào các cơ quan tiêu chuẩn hóa quốc tế và châu Âu.

ENAC (<https://www.enac.es/>), là Tổ chức Chứng nhận Quốc gia và chính thức công nhận năng lực kỹ thuật của các đơn vị đánh giá sự phù hợp ở Tây Ban Nha. Phân tích chi tiết về đánh giá sự phù hợp (xem phần Đánh giá sự phù hợp, phần tiếp theo):

- Các phòng thí nghiệm
- Cơ quan kiểm tra
- Tổ chức chứng nhận
- Kiểm chứng môi trường

Ở cấp quốc gia, hầu hết các Bộ Tây Ban Nha cũng như Cộng đồng tự trị và chính quyền địa phương đều sử dụng các chứng nhận ENAC.

ENAC được Bộ Nông nghiệp, Ngư nghiệp và Thực phẩm đề cử là cơ quan chịu trách nhiệm kiểm tra việc tuân thủ các nguyên tắc Thực hành Phòng thí nghiệm Tốt (GLP) bằng cách kiểm tra các phòng thí nghiệm tham gia nghiên cứu các sản phẩm kiểm dịch thực vật, như thuốc trừ sâu và thuốc diệt nấm.

### *Đánh giá sự phù hợp*

Đánh giá sự phù hợp là một bước bắt buộc đối với nhà sản xuất trong quá trình tuân thủ luật pháp cụ thể của EU. Mục đích của đánh giá sự phù hợp là để đảm bảo tính nhất quán của việc tuân thủ trong tất cả các giai đoạn, từ thiết kế đến sản xuất, để tạo điều kiện cho việc chấp nhận sản phẩm cuối cùng. Pháp luật về sản phẩm của EU cung cấp cho các nhà sản xuất một số lựa chọn liên quan đến đánh giá sự phù hợp, tùy thuộc vào mức độ rủi ro liên quan đến việc sử dụng sản phẩm của họ. Những phạm vi từ tự chứng nhận, kiểu kiểm tra và hệ thống kiểm soát chất lượng sản xuất, đến hệ thống đảm bảo chất lượng đầy đủ. Các cơ quan đánh giá sự phù hợp ở các quốc gia thành viên được liệt kê trong NANDO, trang web của Ủy ban Châu Âu.

Để thúc đẩy thị trường chấp nhận sản phẩm cuối cùng, có một số chương trình đánh giá sự phù hợp tự nguyện. Các hệ thống chứng nhận CEN là Keymark, nhãn CENCER và Quy tắc chứng nhận CEN (CWA). CENELEC có sáng kiến riêng của mình. ETSI không cung cấp dịch vụ đánh giá sự phù hợp.

ENAC (Entidad Nacional de Acreditación – Cơ quan công nhận quốc gia) và AENOR (Hiệp hội chứng nhận Tây Ban Nha) là những đơn vị chính để đánh giá sự phù hợp ở Tây Ban Nha. ENAC thiết lập các tiêu chí và cấp giấy phép cho các phòng thí nghiệm đã được chứng nhận được ủy quyền.

### *Chứng nhận sản phẩm*

Để bán sản phẩm trên thị trường EU cũng như Na Uy, Liechtenstein và Iceland, các nhà xuất khẩu nước ngoài bắt buộc phải áp dụng dấu CE để sản phẩm của họ được luật pháp sản phẩm bảo vệ bất cứ khi nào. Pháp luật về sản phẩm đánh dấu CE cung cấp cho các nhà sản xuất một

số lựa chọn và yêu cầu các quyết định để xác định vấn đề an toàn/sức khỏe nào cần được giải quyết, phần nào được đánh giá phù hợp nhất với quy trình sản xuất và có sử dụng các tiêu chuẩn hài hòa trên toàn EU hay không.

Các sản phẩm được sản xuất theo tiêu chuẩn được thông qua bởi CEN, CENELEC và ETSI, và được công bố trên Tạp chí Official Journal là các tiêu chuẩn hài hòa, được cho là phù hợp với các yêu cầu của Chỉ thị EU. Sau đó, nhà sản xuất áp dụng dấu CE và đưa ra tuyên bố về sự phù hợp. Với những điều này, sản phẩm sẽ được phép lưu hành tự do trong EU. Một nhà sản xuất có thể chọn không sử dụng các tiêu chuẩn hài hòa của EU, nhưng sau đó phải chứng minh rằng sản phẩm đáp ứng các yêu cầu an toàn và hiệu suất thiết yếu. Rào cản thương mại xảy ra khi thiết kế, thay vì hiệu suất, các tiêu chuẩn được phát triển bởi tổ chức tiêu chuẩn hóa châu Âu có liên quan hoặc khi các công ty Hoa Kỳ thiếu lợi ích của một số sự hiện diện của châu Âu để hỗ trợ hoặc xử lý quá trình. Khi thiếu giám sát thị trường, EU đã thông qua Khung pháp lý mới, có hiệu lực vào năm 2010. Khung này tương tự như kế hoạch chi tiết cho tất cả các luật đánh dấu CE, định nghĩa hài hòa, trách nhiệm, công nhận châu Âu và giám sát thị trường.

Dấu CE chủ yếu là vì lợi ích của các cơ quan kiểm soát quốc gia của các quốc gia thành viên, và việc sử dụng nó đơn giản hóa nhiệm vụ giám sát thị trường thiết yếu của các sản phẩm được quy định.

Dấu CE không nhằm bao gồm thông tin kỹ thuật chi tiết về sản phẩm, nhưng phải có đủ thông tin để cho phép thanh tra truy xuất sản phẩm trở lại nhà sản xuất hoặc đại diện được ủy quyền ở EU. Thông tin chi tiết này không được xuất hiện bên cạnh dấu CE, mà thay vào đó là thông báo về sự phù hợp (mà nhà sản xuất hoặc đại lý ủy quyền phải có thể cung cấp bất cứ lúc nào, cùng với thông tin kỹ thuật của sản phẩm) hoặc tài liệu đi kèm sản phẩm.

#### *Công bố các quy định kỹ thuật*

Ở Tây Ban Nha, Công báo Quốc gia Tây Ban Nha là Boletín Oficial del Estado (BOE). Có thể xem phiên bản tiếng Anh của trang web. BOE công bố danh sách hàng tháng tất cả các quy định kỹ thuật mới được Bộ Công nghiệp Tây Ban Nha phê duyệt, cộng với sửa đổi hoặc thay đổi khác đối với quy định kỹ thuật. Tuy nhiên, toàn văn của các tài liệu với các quy định kỹ thuật không xuất hiện trong BOE và có thể được yêu cầu thông qua AENOR.

Cả AENOR và ENAC đều có các bản tin và ấn phẩm cung cấp nhiều thông tin về sự phát triển trong các lĩnh vực này.

The Official Journal là công báo chính thức của Liên minh châu Âu. Nó được xuất bản hàng ngày trên internet và bao gồm hai nhóm: dự thảo và luật được thông qua, cũng như án lệ, nghiên cứu của các ủy ban,... Nó liệt kê các số tham chiếu tiêu chuẩn liên quan đến pháp luật.

Các quy định kỹ thuật quốc gia được công bố trên trang web của Ủy ban để cho phép các quốc gia và các bên quan tâm khác bình luận.

Súng cầm tay: Chính phủ Tây Ban Nha phải làm rõ tất cả các loại súng, trong đó phải có tem chứng nhận.

Xe cơ giới: Mỗi chiếc xe sẽ được kiểm tra để khắc số sê-ri trên cả động cơ và khung xe. Nếu cả hai điều này không có, hải quan Tây Ban Nha sẽ thu một khoản phí đặc biệt để dập số.

Lốp xe và ruột xe: Tất cả các lốp xe và ruột xe bên trong phải được đánh dấu bằng số sê-ri.

Thông tin liên lạc

ENAC (<https://www.enac.es/web/enac/contacto>)

Serrano 240 - Planta.3, 28016 Madrid

Fax: +34 91 458 6280

E-mail: [enac@enac.es](mailto:enac@enac.es)

AENOR (<https://www.aenor.com/>)

Calle Genova 6

28004 Madrid

Điện thoại: +34 91 432 6000 / +34 902 102 201

Fax: +34 91 310 3172

Các thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) được yêu cầu tuân theo Hiệp định về các rào cản kỹ thuật đối với thương mại (Hiệp định TBT) để thông báo cho WTO các quy định kỹ thuật và quy trình đánh giá sự phù hợp có thể ảnh hưởng đến thương mại.

### **Hiệp định thương mại**

Tây Ban Nha là thành viên của EU từ năm 1986. EU có các hiệp định thương mại tự do với các hiệp hội kinh tế khác (ví dụ, Hiệp hội thương mại tự do châu Âu hoặc EFTA) và các quốc gia, cung cấp mức độ tiếp cận thị trường lẫn nhau cao hơn.

Theo kết quả của các cuộc đàm phán Hiệp định thương mại Mỹ-EU, được công bố trong một tuyên bố chung tại Washington vào tháng 7 năm 2018, một Nhóm công tác điều hành đã được thành lập để tìm cách giảm các rào cản xuyên Đại Tây Dương đối với thương mại, bao gồm xóa bỏ thuế quan công nghiệp không tự động và rào cản không thuế quan. Ví dụ, do kết quả của các cuộc đàm phán này, Diễn đàn LNG được cả hai chính phủ tổ chức và được EU tổ chức vào đầu tháng 5 năm 2019, [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-18-4920\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-4920_en.htm), với các kế hoạch cho một diễn đàn lớn khác vào tháng 7 năm 2020.

Muốn biết thêm thông tin về thỏa thuận này, hãy vào: <https://ustr.gov/countries-regions/europe-middle-east/europe/eurCinc-union/us-eu-trade-agrade-negotiations>

### **Các nguồn web**

Bao gồm các trang web liên quan đến luật lệ thương mại, hải quan và các tiêu chuẩn của Tây Ban Nha.

Tây Ban Nha:

Bộ Năng lượng, Du lịch <https://www.mincotur.gob.es/en-us/Paginas/index.aspx>

Bộ Nông nghiệp, Thực phẩm và Môi trường <https://www.mapama.gob.es/>

Bộ Kinh tế, Công nghiệp và Cạnh tranh <https://www.mineco.gob.es/>

Bộ Y tế, Dịch vụ Xã hội và Bình đẳng <https://www.mscbs.gob.es/home.htm>

AENOR <https://www.aenor.com/>

ENAC <https://www.enac.es/>

ICEX – Đầu tư và Tây Ban Nha  
[http://www.investinspain.org/invest/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mde2/njyx/~edisp/dax2016661751.pdf](http://www.investinspain.org/invest/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mde2/njyx/~edisp/dax2016661751.pdf)

EU:

CEN – Sector <https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>

CEN – Nghiên cứu các tiêu chuẩn  
<https://standards.cen.eu/dyn/www/f?p=CENWEB:105::RESET:::>

ECHA <https://echa.europa.eu/>

Thuế quan được cung cấp từ cơ sở dữ liệu TARIC  
[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/calculation-customs-duties/what-is-common-customs-tariff/taric\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customs-duties/what-is-common-customs-tariff/taric_en)

Liên minh Thuế và Hải quan [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/index\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en)

Bổ sung đảm bảo an toàn Code Hải quan – Quy định của EC 648/2005 <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:117:0013:0019:en:PDF>

Sáng kiến Hải quan điện tử: Quyết định số 70/2008/EC <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:023:0021:0026:EN:PDF>

Luật pháp liên quan đến Sáng kiến Hải quan điện tử  
[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/general-information-customs/electronic-customs\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/electronic-customs_en)

Hải quan và An ninh: [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/general-information-customs/customs-security\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/customs-security_en)

Thiết lập Code Hải quan: Quy định của EC số 648/2005 of 13 April 2005 <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:117:0013:0019:en:PDF>

Thông báo trước khi hàng tới/hàng xuất cảng  
[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/customs-procedures/general-overview/pre-arrival-pre-departure-declarations\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/customs-procedures/general-overview/pre-arrival-pre-departure-declarations_en)

Doanh nghiệp ưu tiên (AEO-Authorized Economic Operator)  
[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/general-information-customs/customs-security/authorised-economic-operator-aeo\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/general-information-customs/customs-security/authorised-economic-operator-aeo_en)

Thông tin liên lạc với các cơ quan hải quan quốc gia  
[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/individuals/personal-taxation/taxation-savings-income/contact-points\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/individuals/personal-taxation/taxation-savings-income/contact-points_en)

Tiêu chuẩn hóa công nghệ điện tử của Ủy ban châu Âu <https://www.cenelec.eu/>

Viện Tiêu chuẩn Viễn thông châu Âu <https://www.etsi.org/>

Tổ chức tiêu chuẩn công xử lý tất cả các tiêu chuẩn khác  
<https://www.cen.eu/Pages/default.aspx>

Tiêu chuẩn hóa – Nhiệm vụ <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/requests/>

Cổng tiêu chuẩn hóa điện tử <https://portal.etsi.org/home.aspx>

Các tổ chức được thông báo và chỉ định tiếp cận mới (Nando)  
<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/>

Tổ chức Hợp tác công nhận châu Âu (EA) <https://european-accreditation.org/>

Eur-Lex – Tiếp cận Luật Liên minh châu Âu <https://eur-lex.europa.eu/>

[lex.europa.eu/homepage.html?locale=en](http://lex.europa.eu/homepage.html?locale=en)

Một số các tiêu chuẩn liên quan đến luật pháp <https://ec.europa.eu/growth/single-market/european-standards/requests/>

Bổ sung mới <https://boe.es/index.php?lang=en>

Luật lệ kỹ thuật quốc gia <https://ec.europa.eu/idabc/en/document/2072/5926.html>

Trang web Bảo vệ môi trường sinh thái – Eco-Label  
<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

## Chương 6: Môi trường đầu tư

### Sơ lược

Tây Ban Nha mở cửa cho đầu tư nước ngoài và đang tích cực tìm cách thu hút thêm đầu tư để duy trì tăng trưởng kinh tế mạnh. Tây Ban Nha có tốc độ tăng trưởng GDP năm 2018 là 2,6%, một trong những nước cao nhất ở EU. Cơ sở hạ tầng tuyệt vời của Tây Ban Nha, thị trường nội địa rộng lớn, lực lượng lao động được đào tạo tốt và khả năng xuất khẩu mạnh mẽ là những điểm bán hàng quan trọng cho các nhà đầu tư nước ngoài. Luật pháp Tây Ban Nha cho phép sở hữu nước ngoài trong các khoản đầu tư lên tới 100% và các hoạt động vốn hoàn toàn tự do hóa. Theo dữ liệu của Tây Ban Nha, năm 2018, dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Tây Ban Nha là 52,8 tỷ EUR, tăng 31,6% so với năm 2017. Trong tổng số này, 948 triệu EUR đến từ Hoa Kỳ, nhà đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn thứ tám ở Tây Ban Nha. Đầu tư nước ngoài tập trung vào các lĩnh vực năng lượng, bất động sản, tài chính và bảo hiểm, kỹ thuật và xây dựng.

Nền kinh tế Tây Ban Nha duy trì sự tăng trưởng mạnh và cân bằng trong năm 2018, phần lớn nhờ vào tiêu dùng nội địa mạnh mặc dù Tây Ban Nha vẫn ở mức tỷ lệ thất nghiệp tương đối cao, 14,4% vào cuối năm 2018 và các hộ gia đình mắc nợ cao và nợ công cao. Nền kinh tế Tây Ban Nha đã được hưởng lợi từ các yếu tố bên ngoài thuận lợi, cụ thể là giá năng lượng toàn cầu thấp và chính sách tiền tệ mở rộng của Ngân hàng Trung ương Châu Âu. Khi phục hồi, nền kinh tế Tây Ban Nha đa dạng hóa, trở nên cạnh tranh xuất khẩu hơn. Do đó, Tây Ban Nha hiện đã có thặng dư tài khoản kể từ năm 2013.

Sau các cuộc khủng hoảng tài chính và đồng euro toàn cầu, chính phủ Tây Ban Nha đã thực hiện một loạt cải cách thị trường lao động và tái cấu trúc hệ thống ngân hàng. Năm 2013, chính phủ Tây Ban Nha đã thông qua Đạo luật Đảm bảo Thống nhất Thị trường, loại bỏ các biện pháp kiểm soát hành chính trùng lặp bằng cách thực hiện một hệ thống giấy phép duy nhất để tạo điều kiện thuận lợi cho dòng hàng hóa và dịch vụ miễn phí trên khắp Tây Ban Nha. Kể từ khi Luật áp dụng cách đây 5 năm, Ủy ban Quốc gia về Thị trường và Cạnh tranh (CNMC) Tây Ban Nha, cơ quan quản lý khu vực công phụ trách cạnh tranh và các vấn đề pháp lý, đã thực hiện 381 công việc để thực thi luật. Tuy nhiên, một số điều khoản đã được tòa án Tây Ban Nha tuyên bố là không phù hợp với hiến pháp.

Kể từ cuộc khủng hoảng tài chính, Tây Ban Nha cũng đã lấy lại được quyền truy cập vào nguồn tài chính vừa phải từ các thị trường tài chính quốc tế, điều này đã cải thiện uy tín và khả năng thanh toán của Tây Ban Nha, từ đó tạo thêm niềm tin của nhà đầu tư. Xếp hạng tín dụng của Tây Ban Nha đã được nâng lên trong năm 2018 và các khoản phát hành nợ công của Tây Ban Nha đã được đăng ký vượt mức, phản ánh sự mong muốn mạnh mẽ của nhà đầu tư đối với đầu tư vào Tây Ban Nha. Tuy nhiên, các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) vẫn gặp một số khó khăn khi tiếp cận tín dụng.

Khi thực hiện chương trình hợp nhất tài khóa của mình, chính phủ đã có những hành động từ năm 2012 đến 2014, ảnh hưởng tiêu cực đến Hoa Kỳ và các nhà đầu tư khác trong lĩnh vực năng lượng tái tạo trên cơ sở hồi tố. Do đó, Tây Ban Nha đang phải đối mặt với một số yêu sách trọng tài quốc tế. Luật pháp Tây Ban Nha bảo vệ quyền sở hữu và quyền sở hữu trí tuệ. Chính phủ đã sửa đổi Đạo luật sở hữu trí tuệ, Luật tố tụng dân sự và Bộ luật hình sự để tăng cường bảo vệ trực tuyến. Năm 2018, vi phạm bản quyền internet giảm 3% so với năm 2017, mặc dù vi phạm bản quyền vẫn tiếp tục ở mức cao.



Tiêu chuẩn đánh giá	Năm	Chỉ số/Xếp hạng	Địa chỉ website
Chỉ số nhận thức tham nhũng TI	2018	41/180	<a href="http://www.transparency.org/research/cpi/overview">http://www.transparency.org/research/cpi/overview</a>
Báo cáo kinh doanh thế giới của WB	2019	30/190	<a href="https://www.doingbusiness.org/rankings">https://www.doingbusiness.org/rankings</a>
Chỉ số đổi mới toàn cầu	2018	28/126	<a href="https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator">https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator</a>
Vốn đầu tư trực tiếp của Hoa Kỳ vào Tây Ban Nha (Triệu USD)	2017	33.128 USD	<a href="http://www.bea.gov/international/factsheet/">http://www.bea.gov/international/factsheet/</a>
Chỉ số GNI bình quân đầu người (WB)	2017	27.180 USD	<a href="http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD">http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD</a>

## 1. Mở cửa đầu tư nước ngoài và hạn chế

### *Chính sách hướng tới đầu tư trực tiếp nước ngoài*

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã đóng một vai trò quan trọng trong việc hiện đại hóa nền kinh tế Tây Ban Nha trong suốt 40 năm qua. Bị thu hút bởi thị trường nội địa lớn Tây Ban Nha, khả năng xuất khẩu và tiềm năng tăng trưởng, các công ty nước ngoài thiết lập hoạt động với số lượng lớn. Ngành công nghiệp ô tô Tây Ban Nha chủ yếu là nước ngoài. Các công ty đa quốc gia kiểm soát một nửa các công ty sản xuất thực phẩm, một phần ba các công ty hóa chất và hai phần ba của ngành xi măng. Một số quỹ đầu tư nước ngoài mua lại mạng lưới từ các ngân hàng Tây Ban Nha và các công ty nước ngoài kiểm soát khoảng một phần ba thị trường bảo hiểm.

Chính phủ Tây Ban Nha công nhận giá trị của đầu tư nước ngoài. Tây Ban Nha cung cấp cơ hội đầu tư trong các lĩnh vực và hoạt động với giá trị gia tăng đáng kể. Không có bất kỳ thay đổi lớn nào trong các quy định về đầu tư và ngoại hối của Tây Ban Nha dưới thời chính quyền của Đảng Công nhân Xã hội Tây Ban Nha (PSOE) hiện tại, nhậm chức vào tháng 6 năm 2018. Luật pháp Tây Ban Nha cho phép sở hữu 100% vốn đầu tư nước ngoài (giới hạn áp dụng đối với giấy phép phát sóng nghe nhìn, xem phần tiếp theo), và các hoạt động vốn được tự do hóa hoàn toàn. Do mức độ mở cửa và khung pháp lý thuận lợi cho đầu tư nước ngoài, Tây Ban Nha đã nhận được đầu tư nước ngoài đáng kể vào các hoạt động thâm dụng tri thức trong vài năm qua. Vốn FDI mới vào Tây Ban Nha tăng 31,6% trong năm 2018 theo dữ liệu của Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch Tây Ban Nha, tiếp tục con đường tăng trưởng của dòng vốn FDI vào Tây Ban Nha bắt đầu đáng kể trong năm 2014. Năm 2018, 19,2% tổng đầu tư gộp là đầu tư vào cơ sở mới hoặc mở rộng năng lực sản xuất, trong khi 59% tổng đầu tư gộp là mua

lại các công ty hiện có. Năm 2018 Hoa Kỳ có tổng vốn đầu tư trực tiếp vào Tây Ban Nha là 984 triệu EUR, chiếm 2,1% tổng vốn đầu tư và giảm 52% so với năm 2017. Vốn FDI của Mỹ ở Tây Ban Nha vẫn tương đối ổn định giữa năm 2013 (33,9 tỷ USD) đến 2017 (33,1 tỷ USD).

### *Giới hạn kiểm soát nước ngoài và quyền sở hữu tư nhân và thành lập*

Tây Ban Nha có khung pháp lý thuận lợi cho các nhà đầu tư nước ngoài. Tây Ban Nha đã điều chỉnh các quy tắc đầu tư nước ngoài của mình thành một hệ thống tự do hóa chung, mà không phân biệt giữa cư dân EU và cư dân ngoài EU. Luật 18/1992 ngày 1 tháng 7, trong đó thiết lập các quy tắc về đầu tư nước ngoài ở Tây Ban Nha, cung cấp một chế độ cụ thể cho những người không thuộc EU đầu tư vào một số lĩnh vực: hoạt động liên quan đến quốc phòng, cờ bạc, truyền hình, đài phát thanh và vận tải hàng không. Đối với cư dân EU, các lĩnh vực duy nhất có hệ thống quản trị cụ thể là sản xuất và buôn bán vũ khí hoặc các hoạt động liên quan đến quốc phòng. Đối với các công ty ngoài EU, chính phủ Tây Ban Nha hạn chế quyền sở hữu cá nhân đối với giấy phép phát sóng nghe nhìn đến 25%. Cụ thể, luật pháp Tây Ban Nha cho phép các công ty ngoài EU sở hữu tối đa 25% công ty có giấy phép phát sóng truyền hình mặt đất kỹ thuật số; và cho hai hoặc nhiều công ty ngoài EU sở hữu tổng cộng tối đa 50%. Ngoài ra, theo luật pháp Tây Ban Nha, một nguyên tắc có đi có lại được áp dụng (điều 25.4 Luật nghe nhìn chung). Nước sở tại của công ty nước ngoài (không thuộc EU) phải có luật sở hữu nước ngoài cho phép một công ty Tây Ban Nha thực hiện giao dịch tương tự.

Tây Ban Nha là một trong 14 quốc gia trong số 28 quốc gia thành viên EU đã thiết lập các cơ chế để đánh giá rủi ro có thể xảy ra khi đầu tư trực tiếp nước ngoài. Nền tảng mà hệ thống kiểm soát được xây dựng là tác động có thể xảy ra trên cơ sở an ninh và trật tự công cộng, về sự xuất hiện của vốn nước ngoài vào Tây Ban Nha. Các lĩnh vực quan trọng bao gồm năng lượng, giao thông, truyền thông, công nghệ, quốc phòng, và xử lý và lưu trữ dữ liệu, trong số những ngành khác.

Hiến pháp Tây Ban Nha và luật pháp Tây Ban Nha thiết lập quyền rõ ràng đối với quyền sở hữu tư nhân và các công ty nước ngoài nhận được sự đối xử pháp lý tương tự như các công ty Tây Ban Nha. Không có sự phân biệt đối xử với các công ty công hoặc tư nhân với mong muốn tiếp cận thị trường, tín dụng, giấy phép và nguồn cung.

### *Đánh giá chính sách đầu tư khác*

Tây Ban Nha là một bên ký kết công ước về Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Tây Ban Nha cũng là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD). Tây Ban Nha đã không tiến hành Đánh giá chính sách đầu tư với ba tổ chức này trong vòng ba năm qua.

### *Tạo điều kiện kinh doanh*

Để thành lập một công ty ở Tây Ban Nha, hai yêu cầu cơ bản bao gồm thành lập trước Công chứng viên và nộp đơn đăng ký kinh doanh (Registro Mercantil). Phải nộp chứng thư công khai thành lập công ty. Nó có thể được đệ trình điện tử bởi Công chứng viên. Trung tâm đăng ký kinh doanh là một tổ chức chính thức cung cấp quyền truy cập vào thông tin của các công ty được cung cấp bởi Registro Mercantile khu vực sau ngày 1 tháng 1 năm 1990. Bất kỳ công ty trong nước hoặc nước ngoài nào cũng có thể sử dụng nhưng cũng phải đăng ký và nộp thuế và phí. Theo báo cáo Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới, quá trình khởi nghiệp ở Tây Ban Nha sẽ mất khoảng hai tuần.

Đầu tư vào Tây Ban Nha là một cơ quan xúc tiến đầu tư Tây Ban Nha để tạo điều kiện cho đầu tư nước ngoài. Dịch vụ có sẵn cho tất cả các nhà đầu tư.

Các websites hữu ích:

- Các công ty đăng ký: <http://www.rmc.es/Home.aspx>
- Các công ty đăng ký ở vùng Madrid: <https://www.rmercantilmadrid.com/RMM/Home/Index.aspx>
- Để biết thêm thông tin chi tiết về đăng ký Mercantile: <http://www.rmc.es/>
- Cơ quan xúc tiến đầu tư: <http://www.investinspain.org/invest/es/cabecera/faq-s/establecimiento-de-una-empresa/index.html>

### *Đầu tư ra bên ngoài*

Trong số các công cụ tài chính được Chính phủ Tây Ban Nha phê duyệt để hỗ trợ chính thức cho việc quốc tế hóa doanh nghiệp Tây Ban Nha là Quỹ đầu tư nước ngoài (FIEX), Quỹ đầu tư nước ngoài của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (FONPYME), Quỹ quốc tế hóa doanh nghiệp (FIEM) ) và Quỹ đầu tư vào lĩnh vực du lịch (FINTUR). Chính phủ Tây Ban Nha cũng cung cấp các dòng tài chính để đầu tư vào các lĩnh vực điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông, năng lượng (năng lượng tái tạo) và các lĩnh vực nhượng bộ cơ sở hạ tầng.

## **2. Hiệp định đầu tư song phương và Hiệp ước thuế**

### *Hiệp ước thuế song phương*

Tây Ban Nha đã ký kết thỏa thuận đầu tư song phương với: Hungary (1989), CH. Séc (1990), Nga (1990), Azerbaijan (1990), Belarus (1990), Georgia (1990), Tajikistan (1990), Turkmenistan (1990), Kirgizstan (1990), Armenia (1990), Slovakia (1990), Argentina (1991), Chilê (1991), Tunisia (1991), Ai Cập (1992), Ba Lan (1992), Uruguay (1992), Paraguay (1993), Philippines (1993), Algeria (1994), Honduras (1994), Pakistan (1994), Kazakhstan (1994), Pêru (1994), Cuba (1994), Nicaragua (1994), Lithuania (1994), Hàn Quốc (1994), Bungary (1995), Cộng hòa Dominican (1995), El Salvador (1995), Gabon (1995), Latvia (1995), Malaysia (1995), Rumani (1995), Venezuela (1995), Thổ Nhĩ Kỳ (1995), Lebanon (1996), Ecuador (1996), Costa Rica (1997), Croatia (1997), Estonia (1997), Panama (1997), Slovenia (1998), Ukraine (1998), Jordan (1999), Trinidad and Tobago (1999), Jamaica (2002), Iran (2002), Montenegro (2002), Bosnia and Herzegovina (2002), Serbia (2002), Nigeria (2002), Guatemala (2002), Namibia (2003), Albania (2003), Uzbekistan (2003), Syria (2003), Equatorial Guinea (2003), Colombia (2005), Macedonia (2005), Morocco (2005), Kuwait (2005), Trung Quốc (2005), Moldova (2006), Mexico (2006), Việt Nam (2006), Saudi Arabia (2006), Libya (2007), Senegal (2007), Bahrain (2008), the Islamic Republic of Mauritania (2008), Bolivia (2012), Nam Phi (2013), Ấn Độ (2016), and Indonesia (2016).

Tây Ban Nha và Hoa Kỳ có Hiệp ước Hữu nghị, Hàng hải và Thương mại (FCN) và Hiệp ước Thuế song phương (1990), được sửa đổi vào ngày 14 tháng 1 năm 2013, được Ủy ban Đối ngoại Thượng viện Hoa Kỳ phê duyệt vào ngày 16 tháng 7 năm 2014, và được ủy quyền bởi Quốc hội Tây Ban Nha vào ngày 10 tháng 12 năm 2014. Tuy nhiên, giao thức thuế song phương sửa đổi đang chờ Thượng viện Hoa Kỳ phê chuẩn trước khi có hiệu lực.

## **3. Hệ thống pháp lý**

### *Tính minh bạch của hệ thống pháp lý*

Tháng 12 năm 2014, chính phủ Tây Ban Nha đã đưa ra một trang web với hơn 500.000 chi tiết rõ ràng về lợi ích công mà mọi công dân có thể truy cập miễn phí. Trang web này cung cấp

thông tin chi tiết về chính quyền trung ương, các tổ chức công như Hoàng gia, Quốc hội, Tòa án hiến pháp, Quyền tư pháp, Thanh tra viên, Tòa án kiểm toán, Ngân hàng trung ương và Hội đồng kinh tế và xã hội và các cơ quan khác như Ủy ban Châu Âu. [http://transparencia.gob.es/transparencia/en/transparencia\\_Home/index.html](http://transparencia.gob.es/transparencia/en/transparencia_Home/index.html). Chính quyền khu vực và địa phương đã phát triển các cổng thông tin minh bạch của riêng họ và pháp luật liên quan.

### *Xem xét quy định quốc tế*

Tây Ban Nha hiện đại hóa các luật và quy định thương mại sau khi gia nhập EU năm 1986. Khung pháp lý địa phương của Tây Ban Nha thuận lợi so với các nước lớn khác ở châu Âu. Các thủ tục quan liêu đã được sắp xếp hợp lý và những thủ tục rườm rà đã được loại bỏ, mặc dù các quy trình cho phép và cấp phép vẫn dẫn đến sự chậm trễ đáng kể. Hiệu quả của quy định ở cấp khu vực là không đồng đều. Đạo luật đảm bảo thống nhất thị trường 20/2013 được thông qua vào tháng 12 năm 2013 với mục tiêu hợp lý hóa khung pháp lý cho các hoạt động kinh tế nhằm tạo điều kiện cho hàng hóa và dịch vụ tự do lưu thông trên khắp Tây Ban Nha. Nó cũng tăng cường sự phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền và đưa ra một cơ chế để giải quyết nhanh chóng các vấn đề của các nhà điều hành doanh nghiệp. Với giấy phép chỉ từ một trong số chính phủ của 17 khu vực Tây Ban Nha, các công ty có thể hoạt động trên toàn lãnh thổ Tây Ban Nha, thay vì phải yêu cầu giấy phép từ mỗi khu vực. Các biện pháp được thiết kế để giảm chi phí hoạt động kinh doanh, cải thiện khả năng cạnh tranh và thu hút đầu tư nước ngoài.

### *Hệ thống pháp luật và độc lập tư pháp*

Tư pháp Tây Ban Nha đã có truyền thống từ lâu để hỗ trợ và tạo điều kiện cho việc thi hành cả phán quyết và xét xử nước ngoài. Trên thực tế, việc công nhận và thi hành các phán quyết của nước ngoài khó có thể thay đổi trong hệ thống tư pháp, đến nỗi nó không phải chịu bất kỳ sửa đổi nào liên quan (lưu lại những quy định của các công ước quốc tế) kể từ cuối thế kỷ XIX, nhân mạnh sức mạnh của hệ thống. Để một bản án nước ngoài được thi hành tại Tây Ban Nha, một lệnh tuyên bố là có thể được thi hành hoặc lệnh công nhận lãnh sự là cần thiết. Một khi lệnh công nhận lãnh sự được công nhận, việc thực thi sẽ khá nhanh, với điều kiện là các tài sản được xác định. Việc đính kèm các tài sản sẽ ngay lập tức và thời gian thực hiện sẽ phụ thuộc vào loại tài sản. Tòa án sơ thẩm có thẩm quyền thi hành các phán quyết nước ngoài.

Pháp luật địa phương đưa ra các cơ chế để giải quyết tranh chấp nếu chúng phát sinh. Hệ thống tư pháp là công khai và minh bạch, mặc dù đôi khi tiến triển chậm. Các thẩm phán chịu trách nhiệm truy tố và điều tra hình sự, cho phép độc lập hơn. Hệ thống công tố Tây Ban Nha cho phép kháng cáo liên tiếp lên Tòa án Công lý cao hơn. Tòa án Công lý Châu Âu có thể xét xử phúc thẩm cuối cùng. Ngoài ra, Chính phủ Tây Ban Nha tuân thủ phán quyết của Tòa án Công lý Quốc tế tại The Hague.

Số lượng khiếu nại dân sự đã tăng đáng kể trong thập kỷ qua, một phần do vụ tranh chấp bắt nguồn từ cuộc khủng hoảng tài chính Tây Ban Nha, dẫn đến sự gia tăng công khai lựa chọn các cơ chế giải quyết tranh chấp. Mặc dù các thủ tục tố tụng thông thường tương đối đơn giản, do số lượng vụ án nhiều đáng kể trong mỗi phiên tòa, việc đưa ra xét xử có thể mất nhiều năm. Các phán quyết của tòa án trong nước có thể kháng cáo, và thời gian trung bình để phán quyết cuối cùng được đưa ra bởi Tòa án cấp phúc thẩm có thể là bất cứ nơi nào từ vài tháng đến nhiều năm. Sau này, quyết định vẫn có thể được kháng cáo lên Tòa án Tối cao (mặc dù các căn cứ cho kháng cáo này rất hạn chế) và tòa án này thường mất từ hai đến ba năm để đưa ra quyết định. Do sự không chắc chắn xung quanh thời gian kháng cáo, các tranh chấp liên quan đến các công ty lớn hoặc số tiền đáng kể có xu hướng được giải quyết thông qua trọng tài.

## Pháp luật và các quy định về đầu tư trực tiếp nước ngoài

Năm 2015, những thay đổi của Luật Thuế thu nhập cá nhân đã ảnh hưởng đến việc chuyển các khoản đầu tư bên ngoài Tây Ban Nha bằng cách tạo ra một khoản thuế đối với lợi nhuận chưa thực hiện từ đầu tư. Tây Ban Nha đánh thuế cư dân khi họ cư trú tại Tây Ban Nha ít nhất 10 trong số 15 năm trước phải chịu mức thuế 19%-23% nếu họ di chuyển cổ phần hoặc đầu tư ra bên ngoài Tây Ban Nha nếu giá trị thị trường của cổ phiếu nắm giữ vượt quá 4 triệu Euro hoặc nếu cá nhân nắm giữ cổ phần từ 25% trở lên trong một liên doanh có giá trị thị trường vượt quá 1 triệu Euro.

Một số công ty Hoa Kỳ và các công ty nước ngoài khác hoạt động tại Tây Ban Nha nói rằng họ bị thiệt thòi bởi cách giải thích của Cục Quản lý Thuế (AEAT) về luật pháp Tây Ban Nha đưa ra để thu hút đầu tư nước ngoài. Trong nhiều năm qua, AEAT đã điều tra và không cho phép các khoản khấu trừ dựa trên cơ cấu lại hoạt động ở cấp châu Âu liên quan đến một số công ty cổ phần Tây Ban Nha thuộc sở hữu của Mỹ đối với tài sản nước ngoài (Empresas de Tenencia de Valores Extranjeros hoặc ETVEs), tuyên bố các công ty đang cam kết lạm dụng pháp luật. Tình hình này gây bất lợi cho FDI ở Tây Ban Nha; kết quả là, nhiều công ty Hoa Kỳ chuyển các khoản đầu tư và hoạt động tại Tây Ban Nha của họ thông qua các nước thứ ba.

Tháng 4 năm 1999, việc thông qua Sắc lệnh Hoàng gia 664/1999 đã loại bỏ các yêu cầu về ủy quyền của chính phủ trong các khoản đầu tư ngoại trừ các hoạt động liên quan trực tiếp đến quốc phòng, như sản xuất vũ khí. Sắc lệnh đã bãi bỏ các yêu cầu ủy quyền trước đây đối với các khoản đầu tư vào các lĩnh vực khác được coi là lợi ích chiến lược, như viễn thông và vận tải. Nó cũng loại bỏ tất cả các hình thức ủy quyền đầu tư danh mục đầu tư và thiết lập sự di chuyển vốn tự do vào Tây Ban Nha cũng như ra khỏi đất nước. Do đó, luật pháp Tây Ban Nha tuân thủ Chỉ thị 88/381 của EU, nghiêm cấm mọi hạn chế về chuyển động vốn giữa các quốc gia thành viên cũng như giữa các quốc gia thành viên và các quốc gia khác. Chỉ thị cũng phân loại các nhà đầu tư theo nơi cư trú chứ không phải quốc tịch.

Yêu cầu đăng ký rất đơn giản và áp dụng như nhau cho đầu tư nước ngoài và trong nước. Mục đích của họ là xác minh mục đích của khoản đầu tư và không chặn bất kỳ khoản đầu tư nào. Ngày 1 tháng 9 năm 2016, một Nghị quyết mới của Tổng cục Đầu tư và Thương mại Quốc tế thuộc Bộ Kinh tế, Công nghiệp và Năng lực cạnh tranh đã có hiệu lực. Điều này đã đưa ra các hình thức mới để tuyên bố đầu tư nước ngoài trước Cơ quan đăng ký đầu tư, bắt buộc nhà đầu tư nước ngoài phải tuyên bố họ tham gia vào công ty.

Các trang website hữu ích:

- Pháp luật: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/normativa/Paginas/normativa-textos-legales.aspx>
- Báo cáo các đầu tư nước ngoài (Các chỉ dẫn điền form mẫu): <http://www.comercio.gob.es/en/inversiones-exteriores/declaracion-inversiones-exteriores/Pages/declaracion-inversiones-exteriores.aspx>
- Chương trình cư trú đối với các nhà đầu tư và các doanh nhân: <http://www.comercio.gob.es/en/inversiones-exteriores/programa-residencia-inversores-emprendedores/Pages/default.aspx>
- Công nhận quốc tế: <http://www.comercio.gob.es/en/inversiones-exteriores/sanciones-internacionales/Pages/sanciones-internacionales.aspx>
- Các thỏa thuận quốc tế: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/acuerdos-internacionales/Paginas/acuerdos-internacionales.aspx>

- Số liệu thống kê: [http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/estadisticas/Paginas/Estad\\_percentC3\\_percentADsticas-de-Inversiones-Exteriores-DataInvex.aspx](http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/estadisticas/Paginas/Estad_percentC3_percentADsticas-de-Inversiones-Exteriores-DataInvex.aspx)
- Trung tâm hỗ trợ đầu tư: <http://www.comercio.mineco.es/es-ES/inversiones-exteriores/centro-asistencia-inversor-exportador/Paginas/solicitar-apoyo-a-traves-del-cai.aspx>
- Những nơi cần liên hệ: [http://www.comercio.mineco.es/es-ES/inversiones-exteriores/punto-nacional-contacto-lineas-directrices/Paginas/El\\_PNC.aspx](http://www.comercio.mineco.es/es-ES/inversiones-exteriores/punto-nacional-contacto-lineas-directrices/Paginas/El_PNC.aspx)
- thu hút đầu tư nước ngoài: <http://www.comercio.mineco.es/es-ES/inversiones-exteriores/atraccion-inversiones-extranjeras/Paginas/detalle-atraccion-inversiones-extranjeras.aspx>
- Đầu tư vào Tây Ban Nha (Cơ quan xúc tiến đầu tư): <http://www.investinspain.org/invest/en/index.html>
- Hỗ trợ đầu tư và ưu đãi đầu tư vào Tây Ban Nha: <https://guidetobusinessinspain.com/en/>

### *Luật cạnh tranh và bất tín nhiệm*

Quốc hội đã thông qua Đạo luật 3/2013 vào ngày 4 tháng 6 năm 2013, theo đó các thực thể điều tiết năng lượng (CNE), viễn thông (CMT) và cạnh tranh (CNC) đã sáp nhập thành một thực thể mới, Ủy ban cạnh tranh và thị trường chứng khoán quốc gia (CNMC). Các thuộc tính pháp luật thực tế là tất cả các chức năng được ủy thác cho Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia theo Luật Cạnh tranh 15/2007, ngày 3 tháng 7 năm 2007 (LDC), thuộc về CNMC.

### *Sung công và bồi thường*

Pháp luật Tây Ban Nha đã thiết lập một loạt các biện pháp bảo vệ để ngăn chặn việc quốc hữu hóa hoặc chiếm đoạt các khoản đầu tư nước ngoài. Kể từ cuộc khủng hoảng kinh tế, Tây Ban Nha đã thay đổi và đổi mới chính sách nhiều lần, tạo ra mức độ luật pháp không rõ ràng lớn và dẫn đến thiệt hại cho thu nhập và đầu tư của Hoa Kỳ. Tháng 12 năm 2012, chính phủ đã ban hành kế hoạch cải cách ngành năng lượng toàn diện trong nỗ lực giải quyết thâm hụt thuế năng lượng 30 tỷ Eur do tỷ lệ người tiêu dùng không đủ để trang trải chi phí hệ thống. Tháng 2 năm 2014, chính phủ Tây Ban Nha đã tuyên bố kế hoạch cắt giảm trợ cấp cho các nhà sản xuất năng lượng tái tạo, một động thái làm cho các nhà sản xuất công khai chỉ trích về những quyết định thay đổi mạnh mẽ đến môi trường kinh doanh mà họ đã đưa ra quyết định đầu tư ban đầu. Những cải cách bổ sung trong năm 2014 đã ảnh hưởng tiêu cực đến các nhà đầu tư Hoa Kỳ trong lĩnh vực năng lượng mặt trời, với một số công ty cho rằng những thay đổi pháp lý gần giống như với việc chiếm đoạt gián tiếp. Kết quả của những cải cách năng lượng này, Tây Ban Nha đã gom lại tổng cộng hơn 30 vụ kiện, với tổng số tiền khoảng 7,6 tỷ Eur. Tây Ban Nha hiện phải đối mặt với một loạt các yêu sách quốc tế liên quan đến điện mặt trời và các dự án năng lượng tái tạo khác. Hai hội đồng quốc tế đã ra lệnh cho Chính phủ Tây Ban Nha bồi thường thiệt hại cho các công ty do cắt giảm hỗ trợ năng lượng tái tạo. Tháng 5 năm 2017, Hội đồng trọng tài của Trung tâm Quốc tế về Giải quyết tranh chấp đầu tư (ICSID) của Ngân hàng Thế giới đã yêu cầu chính phủ Tây Ban Nha trả 128 triệu Euro cho các nhà đầu tư nhiệt mặt trời.

Tây Ban Nha đã đăng ký bốn trường hợp mới với ICSID năm 2018, (ba trong số đó liên quan đến năng lượng tái tạo, và một cho cổ phiếu và trái phiếu), và một vào tháng 2 năm 2019, nâng tổng số trường hợp đang chờ xử lý lên 32 (tính đến tháng 2 năm 2019). Bằng cách so sánh, Venezuela có 19 trường hợp đang chờ xử lý trong ICSID.

### **Giải quyết tranh chấp**

### *Công ước ICSID và Công ước New York*

Tây Ban Nha là quốc gia thành viên của Trung tâm quốc tế giải quyết tranh chấp về đầu tư giữa các quốc gia và công dân của các quốc gia khác nhau (ICSID) và là bên ký kết công nhận và thi hành phán quyết trọng tài nước ngoài năm 1958 (Công ước New York). Do đó, việc công nhận và thi hành các phán quyết rất đơn giản và bao hàm các bảo đảm và thực tiễn tương tự mà công ước và trọng tài New York thực thi trên toàn thế giới, cùng với thêm lợi thế của sự tồn tại của một tòa án chỉ chuyên về các vấn đề trọng tài.

### *Giải quyết tranh chấp giữa nhà đầu tư và nhà nước*

Tranh chấp hợp đồng giữa người Hoa Kỳ và các thực thể Tây Ban Nha được xử lý tương ứng. Công dân Hoa Kỳ thi hành các phán quyết của tòa án Mỹ tại Tây Ban Nha phải tuân theo thủ tục bằng công nhận lãnh sự được thiết lập theo luật Tây Ban Nha.

### *Trọng tài thương mại quốc tế và Tòa án nước ngoài*

Luật 11/2011 tháng 5 năm 2011 (sửa đổi Luật 60/2003 tháng 12 năm 2003) về Trọng tài áp dụng cho trọng tài quốc gia và quốc tế được tiến hành trên lãnh thổ Tây Ban Nha và nhằm mục đích thúc đẩy các phương thức giải quyết tranh chấp (ADR), đặc biệt là trọng tài. Đạo luật Trọng tài nói rằng Tòa án Dân sự và Tòa án Hình sự có thẩm quyền công nhận các phán quyết của trọng tài nước ngoài. Đạo luật Trọng tài Tây Ban Nha dựa trên luật Mẫu UNCITRAL.

Có hai tổ chức trọng tài chính ở Tây Ban Nha, Tòa án Trọng tài của Phòng Thương mại chính thức Madrid (CAM) và Tòa án Trọng tài Dân sự và Thương mại Madrid (CIMA). Cả hai tổ chức đều có các quy tắc hiện đại và linh hoạt tạo điều kiện cho kết quả trọng tài thành công. Số lượng vụ kiện của cả hai tổ chức trong nước và quốc tế được xử lý bởi cả hai tổ chức, đã tăng lên nhanh chóng trong những năm qua. Cụ thể, các thủ tục tố tụng trong CAM được giải quyết nhanh chóng, cho phép các bên có được một giải thưởng trong ít nhất sáu tháng. Vào tháng 12 năm 2017, Phòng Thương mại Tây Ban Nha, Phòng Thương mại Madrid và Tòa án Trọng tài Dân sự và Thương mại Madrid đã ký một biên bản ghi nhớ (MOU) để thống nhất các hoạt động trọng tài của họ và thành lập Tòa án Trọng tài thống nhất để điều hành trọng tài quốc tế. MOU sẽ tạo ra một ủy ban sẽ giải quyết các căn cứ của tòa án quốc tế thống nhất này. Ngoài ra, các mục tiêu chính của tổ chức mới sẽ là giải quyết các xung đột liên quan đến Mỹ Latinh, theo các nguyên tắc tự chủ, độc lập và minh bạch. Một tổ chức trọng tài khác ở Tây Ban Nha là Tòa án Trọng tài Barcelona (TAB), nơi cung cấp các dịch vụ trong lĩnh vực giải quyết tranh chấp thông qua trọng tài hoặc các cơ chế tương tự khác như hòa giải.

### *Quy định phá sản*

Tây Ban Nha có một quy định phá sản công bằng và minh bạch. Thủ tục phá sản được điều chỉnh bởi Luật Phá sản năm 2003, có hiệu lực từ ngày 1 tháng 9 năm 2004, và áp dụng cho cả cá nhân và công ty. Mục tiêu chính của luật là đảm bảo thu nợ của các chủ nợ, thúc đẩy sự đồng thuận giữa các bên bằng cách yêu cầu một thỏa thuận giữa con nợ và chủ nợ, và cho các công ty, để cho phép sự tồn tại và liên tục của họ, nếu có thể. Tuy nhiên, do yêu cầu của pháp luật về thỏa thuận giữa con nợ và chủ nợ, chủ yếu là các ngân hàng, nhiều trong số đó đã từ chối đàm phán giảm nợ, khá ít công ty và cá nhân có thể tuyên bố phá sản, ngay cả khi đỉnh điểm của khủng hoảng kinh tế Tây Ban Nha. Để giải quyết vấn đề này, năm 2014, chính phủ đã phê duyệt cải cách luật phá sản nhằm thúc đẩy phục hồi kinh tế Tây Ban Nha bằng cách thiết lập các cơ chế hòa giải. Những cải cách này có biệt danh là Luật cơ hội thứ hai, nhằm tránh sự phá sản của các công ty có khả năng sống sót được và bảo toàn công việc bằng cách tạo điều kiện cho các thỏa thuận tái cấp vốn thông qua xóa nợ, vốn hóa và sắp xếp lại. Tuy nhiên, ngay cả với luật mới, tuyên bố phá sản vẫn còn ít phổ biến hơn ở Tây Ban Nha so với

các nơi khác trên thế giới.

#### 4. Chính sách công nghiệp

##### *Ưu đãi đầu tư*

Một loạt các ưu đãi đầu tư hiện có ở Tây Ban Nha, và chúng thay đổi tùy theo các cơ quan cấp các ưu đãi và loại ưu đãi và mục đích của các ưu đãi. Chính phủ quốc gia cung cấp viện trợ tài chính và lợi ích thuế cho các hoạt động được theo đuổi trong một số ngành được coi là ngành ưu tiên (ví dụ: khai khoáng, phát triển công nghệ, nghiên cứu và phát triển,...), mang lại cho các ngành này hiệu quả tiềm năng đối với nền kinh tế nói chung. Chính quyền khu vực cũng cung cấp các ưu đãi tương tự cho hầu hết các ngành công nghiệp này. Hỗ trợ tài chính bao gồm cả trợ cấp không hoàn lại và giảm lãi cho các khoản vay mà người thụ hưởng có được hoặc kết hợp cả hai.

##### *Liên minh Châu Âu*

Vì Tây Ban Nha là một quốc gia thành viên Liên minh châu Âu (EU), các nhà đầu tư tiềm năng có thể truy cập các chương trình viện trợ của châu Âu, nơi cung cấp thêm các ưu đãi cho đầu tư vào Tây Ban Nha.

EU cung cấp các ưu đãi chủ yếu cho các dự án tập trung vào các khu vực suy thoái kinh tế hoặc có lợi cho toàn bộ EU.

Ngân hàng Đầu tư Châu Âu (EIB) cung cấp bảo lãnh, tài chính trên phạm vi nhỏ, đầu tư vốn cổ phần và cho vay toàn cầu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) cũng như các khoản vay cá nhân tập trung vào đổi mới và kỹ năng, năng lượng và cơ sở hạ tầng chiến lược. Các dự án nhằm mở rộng và hiện đại hóa cơ sở hạ tầng trong lĩnh vực y tế và giáo dục cũng có thể đủ điều kiện nhận hỗ trợ EIB

Quỹ đầu tư châu Âu (EIF) cung cấp vốn đầu tư mạo hiểm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là các công ty mới và các doanh nghiệp định hướng công nghệ, thông qua các trung gian tài chính. Nó cũng cung cấp bảo lãnh cho các tổ chức tài chính (như ngân hàng) để bảo hiểm các khoản vay của họ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. EIF không cấp các khoản vay hoặc trợ cấp cho các doanh nghiệp, cũng như không đầu tư trực tiếp vào bất kỳ công ty nào. Thay vào đó, nó hoạt động thông qua các ngân hàng và các trung gian tài chính khác. Nó sử dụng vốn của chính mình hoặc của EIB hoặc EU ủy thác.

Quỹ đầu tư ESI bao gồm các quỹ theo Chính sách liên kết (Quỹ kết cấu (ERDF và ESF) và Quỹ liên kết), góp phần tăng cường sự gắn kết kinh tế, xã hội và lãnh thổ. Hầu hết các khu tự trị của Tây Ban Nha đủ điều kiện nhận các quỹ ESI theo ngân sách EU 2014-2020 (454 tỷ Eur). Đầu tư thuộc Quỹ phát triển khu vực châu Âu (ERDF) tập trung vào bốn lĩnh vực ưu tiên chính: đổi mới và nghiên cứu, chương trình kỹ thuật số, hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) và nền kinh tế thấp, tùy thuộc vào loại khu vực. Quỹ liên kết thuộc Quỹ xã hội châu Âu (ESF) cung cấp kinh phí cho các chương trình nhằm giảm chênh lệch kinh tế và xã hội và thúc đẩy phát triển bền vững.

Các ưu đãi tài chính của EU được chuyển qua các tổ chức tài chính lớn của Tây Ban Nha, chẳng hạn như Viện Tín dụng (ICO) và Banco Bilbao-Vizcaya Argentaria (BBVA); Ưu đãi tài chính của EU cũng phải được áp dụng thông qua trung gian tài chính.

##### *Chính phủ trung ương*

Chính phủ trung ương Tây Ban Nha cung cấp nhiều ưu đãi tài chính cho đầu tư nước ngoài, được đưa ra để bổ sung cho tài chính của Liên minh châu Âu. Bộ Kinh tế và Năng lực cạnh



tranh (MINECO) hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội đầu tư thông qua Tổng cục Đầu tư và Thương mại Quốc tế và Tổng cục Đổi mới và Năng lực cạnh tranh. Các Tổng cục này cung cấp hỗ trợ cho các nhà đầu tư nước ngoài trong cả giai đoạn trước và sau đầu tư. Hầu hết các khoản tài trợ tìm cách thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế chọn lọc; tuy nhiên, trong khi các khoản trợ cấp ngành này thường được ưu đãi, chúng không hạn chế sử dụng.

Danh sách đầy đủ các chương trình ưu đãi có sẵn tại trang web: [www.investinspain.org](http://www.investinspain.org)

Sử dụng công cụ này, các công ty có thể truy cập thông tin cập nhật về các khoản tài trợ có sẵn cho các dự án đầu tư. Người dùng cũng có thể đăng ký hệ thống cảnh báo tự động, cung cấp các cập nhật tùy chỉnh khi các khoản trợ cấp hoặc trợ cấp phù hợp được công bố. Các ứng dụng cho những ưu đãi này nên được thực hiện trực tiếp với cơ quan chính phủ có liên quan.

Tây Ban Nha cung cấp một số hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua chương trình quốc gia được thiết kế để tăng cường các nhóm kinh doanh và mạng lưới kinh doanh sáng tạo và tăng khả năng cạnh tranh của họ. Năm 2013, Tây Ban Nha đã thông qua Luật doanh nghiệp, nhằm để cấp visa doanh nhân cho các nhà đầu tư và các doanh nhân. Các doanh nhân có thể nộp đơn xin thị thực với một kế hoạch kinh doanh đã được Văn phòng Thương mại Tây Ban Nha chấp thuận. Các doanh nhân cũng phải thể hiện ý định phát triển dự án ở Tây Ban Nha trong ít nhất một năm. Các nhà đầu tư mua ít nhất 2 triệu Euro trái phiếu Tây Ban Nha hoặc mua ít nhất 1 triệu Euro cổ phiếu của các công ty Tây Ban Nha hoặc tiền gửi ngân hàng ở Tây Ban Nha cũng có thể được áp dụng. Người nước ngoài mua bất động sản có giá trị đầu tư ít nhất 500.000 Euro cũng đủ điều kiện.

Chính phủ trung ương cung cấp viện trợ tài chính và lợi ích thuế cho một số ngành công nghiệp mà họ xem là lĩnh vực ưu tiên có hiệu quả tăng trưởng tiềm năng của họ đối với nền kinh tế chung của quốc gia. Các hoạt động này bao gồm, ví dụ: các nhà máy công nghiệp mới, tăng năng lực sản xuất, xây dựng lại nhằm tăng sức cạnh tranh, các dự án cơ sở hạ tầng mới và mở rộng các dự án đã hoàn thiện. Các lĩnh vực được ưu tiên là giao thông, năng lượng và môi trường, cơ sở hạ tầng và dịch vụ xã hội. Ngoài ra, các hoạt động ưu tiên cũng bao gồm các hoạt động liên quan đến Nghiên cứu & Phát triển (R&D) và đổi mới, bao gồm mua lại, nâng cấp và bảo trì các thiết bị khoa học công nghệ cho các hoạt động R&D, trung tâm công nghệ tư nhân và trung tâm hỗ trợ đổi mới tư nhân. Chính quyền khu vực cũng cung cấp các ưu đãi tương tự cho hầu hết các ngành công nghiệp này. Hỗ trợ tài chính bao gồm cả trợ cấp không hoàn lại và giảm lãi cho các khoản vay mà những người thụ hưởng có thể nhận được hoặc kết hợp cả hai. Các công ty được phân loại theo quy mô, có thể là một yếu tố hạn chế trong việc tiếp cận một số loại viện trợ công. Theo cách sử dụng hiện tại, thuật ngữ công ty cực nhỏ “micro” có nghĩa là sử dụng 0-9 nhân viên, với doanh thu dưới 2 triệu Eur và với giới hạn 2 triệu Eur cho tổng tài sản. Một công ty cỡ nhỏ “small” có nghĩa là sử dụng 10-49 nhân viên, doanh thu dưới 10 triệu Eur và tổng tài sản dưới 10 triệu Euro. Các doanh nghiệp cỡ trung “medium” có 50-249 nhân viên, doanh thu hàng năm không vượt quá 50 triệu Eur và tổng tài sản dưới 43 triệu Euro.

Tổ chức tài chính nhà nước (Instituto de Credito Oficial, ICO), trực thuộc Bộ Kinh tế và Năng lực cạnh tranh, có tư cách là Cơ quan Tài chính Nhà nước. Nhiệm vụ của nó là thúc đẩy các hoạt động kinh tế góp phần tăng trưởng và phát triển kinh tế cũng như cải thiện việc phân phối tài sản trong phạm vi Tây Ban Nha. Là một phần của nhiệm vụ này, ICO tìm cách thúc đẩy sự phát triển của các công ty vừa và nhỏ, nhằm khuyến khích đổi mới công nghệ và các dự án năng lượng tái tạo, và cung cấp cứu trợ tài chính cho những công ty bị ảnh hưởng bởi thiên tai. Các chương trình tài trợ trực tiếp của ICO nhằm mục đích tài trợ cho các dự án đầu tư quy mô lớn trong các lĩnh vực chiến lược ở Tây Ban Nha, hỗ trợ các khoản đầu tư quy mô lớn của các công ty Tây Ban Nha ở nước ngoài và hỗ trợ các dự án kinh tế, tài chính, công nghệ và thương

mại và liên quan đến lợi ích của Tây Ban Nha. Số tiền tối đa có thể được áp dụng là 12,5 triệu Euro.

Các cơ quan chính thức khác cấp tài trợ và ưu đãi:

- Bộ Tài chính
- Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch - MINCORUR
- Công ty Đổi mới Quốc gia S.A (thuộc MINCOTUR)
- AXIS ICO Group (thuộc Bộ Kinh tế và Năng lực cạnh tranh - MINECO)
- Đầu tư vào Tây Ban Nha (thuộc MINCOTUR)
- RED.ES (thuộc MINECO)
- IDAE – Viện Đa dạng hóa và Tiết kiệm Năng lượng (thuộc MINECO)
- CERSA – Công ty Bảo hành Tây Ban Nha S.A (thuộc MINCOTUR)
- CDTI – Trung tâm Phát triển Công nghệ công nghiệp (thuộc Bộ Khoa học, Sáng kiến và Đại học)
- Trung tâm đào tạo huấn luyện lao động ba bên (thuộc Bộ Lao động và An toàn Xã hội)
- CESGAR – Liên minh các công ty bảo hành chung Tây Ban Nha

#### *Chính quyền khu vực*

17 chính quyền khu vực của Tây Ban Nha, được gọi là cộng đồng tự trị, cung cấp các ưu đãi bổ sung cho các khoản đầu tư trong khu vực của họ. Nhiều thứ tương tự như các ưu đãi được cung cấp bởi chính phủ trung ương và EU, nhưng chúng không tương hợp tất cả. Ngoài ra, một số chính quyền cộng đồng tự trị cấp các ưu đãi đầu tư trong các lĩnh vực không được quy định trong luật pháp nhà nước nhưng được đưa vào bản đồ hỗ trợ tài chính khu vực của EU. Nghị định Hoàng gia 899/2007, ngày 6 tháng 7 năm 2007, đưa ra các loại khu vực khác nhau có quyền nhận viện trợ, với mức cao nhất. Những yêu cầu cụ thể của mỗi lĩnh vực (các lĩnh vực kinh tế, đầu tư có thể được trợ cấp và các điều kiện) được quy định trong các Nghị định Hoàng gia xác định các lĩnh vực khác nhau. Hầu hết được cấp trên cơ sở hàng năm.

Nói chung, chính quyền khu vực chịu trách nhiệm quản lý từng loại đầu tư. Điều này mang lại lợi ích cho các nhà đầu tư vì mỗi cộng đồng tự trị có một lợi ích cụ thể trong việc thu hút đầu tư giúp tăng cường nền kinh tế. Không dự án đầu tư nào có thể nhận được hỗ trợ tài chính khác nếu số tiền viện trợ được cấp vượt quá giới hạn tối đa đối với viện trợ đã được quy định cho mỗi khoản đầu tư được phê duyệt trong luật xác định các lĩnh vực có đủ điều kiện. Do đó, trợ cấp nhận được tương thích với các khoản viện trợ khác, với điều kiện là tổng của tất cả các khoản viện trợ nhận được không vượt quá giới hạn được thiết lập bởi luật phân định ranh giới và các quy tắc của EU.

Các ưu đãi từ chính phủ quốc gia, khu vực hoặc thành phố và Liên minh châu Âu được cấp cho các công ty Tây Ban Nha và nước ngoài như nhau mà không phân biệt đối xử.

#### *Chính quyền thành phố tự trị*

Hội đồng thành phố cung cấp các ưu đãi cho đầu tư trực tiếp bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho nhu cầu cơ sở hạ tầng, cấp giấy phép và cho phép hoạt động và thực hiện các giấy phép, mặc dù những điều này đã được giảm đáng kể do hạn chế về ngân sách. Các thành phố như Madrid cũng cung cấp các dịch vụ hỗ trợ đa dạng cho các nhà đầu tư nước ngoài tiềm năng. Các cơ quan phát triển kinh tế địa phương thường cung cấp tư vấn miễn phí về môi trường

kinh doanh địa phương và các luật liên quan, hỗ trợ hành chính và kết nối với nguồn nhân lực để tạo điều kiện cho việc thành lập các doanh nghiệp mới. Tây Ban Nha gần đây đã bắt đầu kinh doanh dễ dàng hơn bằng cách loại bỏ yêu cầu phải có giấy phép thành phố trước khi bắt đầu hoạt động và cải thiện hiệu quả của việc đăng ký thương mại.

### **Nghiên cứu và phát triển**

Các ưu đãi từ chính phủ quốc gia, chính quyền khu vực hoặc chính quyền thành phố tự trị và Liên minh châu Âu được cấp cho các công ty Tây Ban Nha và nước ngoài như nhau mà không phân biệt đối xử. Các ưu đãi đáng chú ý nhất bao gồm những mục tiêu nhằm thúc đẩy đổi mới, cải tiến công nghệ (TI) và các dự án nghiên cứu và phát triển (R&D), vốn là ưu tiên của chính phủ Tây Ban Nha trong những năm gần đây. Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới 14/2011, ngày 1 tháng 6 năm 2011, thiết lập khung pháp lý để thúc đẩy nghiên cứu khoa học và kỹ thuật, phát triển thử nghiệm và đổi mới ở Tây Ban Nha.

Tháng 2 năm 2013, Hội đồng Bộ trưởng đã phê duyệt, trong tài liệu kết hợp, Chiến lược Khoa học và Công nghệ Tây Ban Nha và Đổi mới Sáng tạo cho giai đoạn 2013-2020, mục đích thiết yếu là thúc đẩy sự lãnh đạo khoa học, công nghệ và kinh doanh của đất nước nói chung và để tăng khả năng đổi mới của công ty Tây Ban Nha và nền kinh tế Tây Ban Nha. Những người thụ hưởng có thể là: cá nhân, cơ quan nghiên cứu công, trường đại học công và tư, các trung tâm R&D công khác, tổ chức y tế công và tư nhân và các viện liên quan đến hoặc được hỗ trợ bởi Hệ thống y tế quốc gia, viện nghiên cứu y tế được chứng nhận, tổ chức phi lợi nhuận công và tư nhân (các tổ chức và hiệp hội) tham gia vào các hoạt động R&D, các doanh nghiệp (bao gồm cả doanh nghiệp nhỏ và vừa), trung tâm công nghệ quốc gia, trung tâm hỗ trợ đổi mới và công nghệ quốc gia, các nhóm hoặc hiệp hội kinh doanh (liên doanh, nhóm lợi ích kinh tế, hiệp hội kinh doanh toàn ngành), nhóm kinh doanh sáng tạo và nền tảng công nghệ, và các tổ chức hỗ trợ chuyển giao công nghệ và phổ biến khoa học và công nghệ.

Viện trợ có thể dưới hình thức trợ cấp, cho vay, công cụ đầu tư mạo hiểm và các công cụ khác (bảo lãnh và ưu đãi thuế).

Năm 2013, Ủy ban Châu Âu đã triển khai Horizon 2020, chương trình nghiên cứu và đổi mới lớn nhất từ trước đến nay của EU với gần 80 tỷ Eur vốn tài trợ có sẵn giai đoạn 2014 - 2020. Mục tiêu của chương trình là thu hút thêm đầu tư tư nhân để thúc đẩy các bước đột phá và khám phá và thực hiện ý tưởng mới từ phòng thí nghiệm đến thị trường. Horizon 2020 dành cho tất cả các quốc gia thành viên EU và tìm cách thúc đẩy sự hợp tác công và tư nhân trong việc mang lại sự đổi mới. Các quốc gia thành viên EU có đủ điều kiện tài trợ cho các hợp tác quốc tế; tuy nhiên, Horizon 2020 tuyệt đối cấm tài trợ cho sự hợp tác quốc tế với các nền kinh tế tiên tiến bên ngoài EU.

### **Khu ngoại thương/Cảng miễn phí/Tạo thuận lợi thương mại**

Cả đại lục và hải đảo (và hầu hết các sân bay và cảng biển Tây Ban Nha) đều có nhiều khu thương mại tự do, ở đó có sản xuất, chế biến, phân loại, đóng gói, triển lãm, lấy mẫu và các hoạt động thương mại khác có thể được cam kết miễn thuế hoặc có thuế Tây Ban Nha. Tây Ban Nha, 7 cảng khu vực tự do được đặt tại Vigo, Cadiz, Barcelona, Santander, Seville, Tenerife và Quần đảo Canary, tất cả đều thuộc Liên minh Hải quan EU, cho phép lưu thông hàng hóa miễn phí trong EU. Toàn bộ quần đảo Canary là Đặc khu kinh tế (SEZ), cung cấp các lợi ích tài chính bao gồm giảm thuế doanh nghiệp, giảm thuế giá trị gia tăng (VAT) và miễn thuế chuyển nhượng và lệ phí chứng từ. Các lãnh thổ Ceuta và Melilla của Tây Ban Nha cũng cung cấp các ưu đãi thuế đáng chú ý; họ không đánh thuế VAT mà thay vào đó là thuế nhập khẩu, sản xuất và dịch vụ với mức thuế giảm. Pháp luật hải quan Tây Ban Nha cũng cho phép

các công ty có khu vực thương mại tự do của riêng họ. Thuế và lệ phí chỉ phải trả cho những mặt hàng nhập khẩu để sử dụng ở Tây Ban Nha. Các công ty này phải tuân thủ luật lao động Tây Ban Nha.

### **Yêu cầu đưa ra dữ liệu**

Tây Ban Nha không yêu cầu các nhà đầu tư đưa ra dữ liệu riêng của họ.

Cơ quan bảo vệ dữ liệu Tây Ban Nha và Cảnh sát Tây Ban Nha yêu cầu dữ liệu từ các công ty, mặc dù các công ty có thể từ chối trừ khi có yêu cầu của tòa án.

## **5. Bảo vệ quyền sở hữu**

### *Bất động sản*

Nhìn chung không có hạn chế về quyền sở hữu nước ngoài đối với bất động sản. Người mua phải điền vào Tờ khai Đăng ký đầu tư nước ngoài trước khi mua bất động sản nếu tiền mua từ một quốc gia hoặc lãnh thổ được coi là nước có mức thuế thu nhập thấp. Tờ khai kéo dài sáu tháng. Cá nhân nước ngoài yêu cầu thẻ nhận dạng (ID) cho người nước ngoài (NIE cho cá nhân). Các pháp nhân nước ngoài khác yêu cầu một thẻ nhận dạng (ID) được gọi là CIF. Ngoài các quy định về rửa tiền, không có hạn chế hoặc giới hạn đặc biệt nào đối với các khoản vay và bảo lãnh thế chấp nước ngoài.

Sổ đăng ký đất đai cung cấp bằng chứng về quyền sở hữu. Hệ thống đăng ký khắt khe, hình thức và hoạt động hiệu quả. Nó cung cấp sự chắc chắn về mặt pháp lý cho tất cả các bên liên quan đến một giao dịch. Các hành vi công hoặc tư nhân ảnh hưởng đến tài sản được bao gồm trong sổ đăng ký đất đai. Cơ quan đăng ký tài sản chịu trách nhiệm quản lý Sổ đăng ký đất đai. Quyền lợi hoặc tiêu đề được ghi trong sổ đăng ký chiếm ưu thế hơn bất kỳ quyền hoặc tiêu đề nào khác. Một số nhượng bộ hành chính (giấy phép cho các cá nhân sử dụng hoặc phát triển tài sản thuộc sở hữu công cho một mục đích cụ thể) cũng có thể được đăng ký. Bất cứ ai có thể chứng minh lợi ích hợp pháp trong thông tin có trong sổ đăng ký đều có thể truy cập vào sổ đăng ký. Không thể thực hiện thay đổi quyền sở hữu bất động sản bằng phương tiện điện tử. Việc chuyển nhượng bất động sản hoặc cấp quyền đối với tài sản nên được thực hiện bằng chứng thư công khai trước một công chứng viên trước khi được đăng ký với Cơ quan đăng ký đất đai. Một tiêu đề đã đăng ký bao gồm lô đất và các tòa nhà gắn liền với đất. Mỗi lô tạo thành một tài sản đã đăng ký. Mỗi tài sản đã đăng ký là một đối tượng hợp pháp và có mục nhập riêng trong sổ đăng ký, trong đó tất cả các dữ liệu liên quan được đăng ký. Có các quy tắc xác định xem một thửa đất, tòa nhà, trang trại, nguồn gốc hoặc loại tài sản khác có một mục riêng trong hệ thống đăng ký.

Người cho vay thường sử dụng các khoản thế chấp như vật thế chấp. Thế chấp được thực hiện bởi chứng thư công và đăng ký tại cơ quan đăng ký đất đai. Sau khi đăng ký, thế chấp được ưu tiên hơn lợi ích của bất kỳ bên thứ ba nào. Bất cứ ai có lợi ích hợp pháp trong một tài sản đều có thể tìm hiểu xem liệu nó có được thế chấp hay không bằng cách tham khảo sổ đăng ký. Bán và cho thuê lại là một hình thức tài trợ bất động sản khác đã được một số tổ chức tài chính Tây Ban Nha sử dụng. Các tổ chức này đã huy động tài chính thông qua việc bán văn phòng của họ cho khách hàng của họ và sau đó cho họ thuê lại. Các tổ chức gây quỹ và khách hàng của họ đã nhận được một luồng thu nhập cho thuê.

### *Quyền sở hữu trí tuệ*

Luật pháp Tây Ban Nha bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ; thực thi được thực hiện ở cấp hành chính và tư pháp. Bảo vệ sở hữu trí tuệ đã được cải thiện trong những năm gần đây và nói chung là có hiệu quả. Tuy nhiên, một số thành phố tự trị nỗ lực lớn để hạn chế việc bán hàng may mặc

giả. Bằng sáng chế, bản quyền và luật thương hiệu của Tây Ban Nha đều xấp xỉ hoặc vượt quá mức bảo vệ sở hữu trí tuệ của Liên minh Châu Âu. Tây Ban Nha là một bên tham gia Công ước Paris, Công ước Bern, Hiệp định Madrid về Thương hiệu và Công ước bản quyền toàn cầu.

### *Bản quyền*

Luật pháp Tây Ban Nha mở rộng bảo vệ bản quyền cho tất cả bản quyền tác giả, nghệ thuật hoặc tác phẩm khoa học, bao gồm cả phần mềm máy tính. Tây Ban Nha đã phê chuẩn Hiệp ước Bản quyền của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) và Hiệp ước Bản ghi âm và Biểu diễn WIPO (WPPT) được gọi là các hiệp ước Internet. Năm 2006, Tây Ban Nha đã thông qua luật thực thi Chỉ thị về bản quyền của EU, do đó cũng biến các hiệp ước Internet trở thành một phần của luật pháp Tây Ban Nha. Tuy nhiên, Internet vẫn là một lĩnh vực khó giải quyết trong điều kiện tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ ở Tây Ban Nha.

Kể từ khi bị loại khỏi Danh sách theo dõi đặc biệt 301 của Đại diện thương mại Hoa Kỳ (USTR) vào năm 2012, Tây Ban Nha đã thực hiện các biện pháp cải cách kéo dài nhiều năm để tăng cường khuôn khổ cho các biện pháp bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ (IPR). Những thay đổi lập pháp mới nhất đối với Luật Sở hữu trí tuệ năm 1996, có hiệu lực kể từ ngày 3 tháng 3 năm 2019, hợp lý hóa các biện pháp chống vi phạm bản quyền và chống hàng giả. Do đó, Tây Ban Nha hiện có khung pháp lý mạnh mẽ hơn và các thủ tục hình sự tương ứng để giải quyết các vi phạm IPR.

### *Bằng sáng chế*

Chính quyền Tây Ban Nha đã công bố Luật Bằng sáng chế mới năm 2015 (Luật 24/2015). Nó có hiệu lực vào ngày 1 tháng 4 năm 2017. Bằng sáng chế được bảo hộ 20 năm kể từ ngày đăng ký có hiệu lực, nhưng cải tiến kỹ thuật chỉ có thời hạn 10 năm. Tây Ban Nha cho phép cả bằng sáng chế sản phẩm và quy trình. Nghị viện châu Âu đã phê chuẩn các quy định để thành lập một bằng sáng chế duy nhất cho Liên minh châu Âu (EU) vào tháng 12 năm 2012. Tuy nhiên, Tây Ban Nha và Ý đã quyết định hoạt động độc lập, do sự khác biệt với hình thức ngôn ngữ bằng sáng chế (tiếng Anh, tiếng Pháp và tiếng Đức). Một tòa án đặc biệt sẽ được thành lập để giải quyết các tranh chấp phát sinh từ 25 quốc gia ký kết.

Các công ty hoặc cá nhân muốn bảo vệ sự đổi mới của họ trên khắp EU sẽ phải đệ trình bằng sáng chế ở ba nơi - tại Munich, trụ sở của Văn phòng Bằng sáng chế Châu Âu, ở Tây Ban Nha và ở Ý (so với các yêu cầu được làm ở 28 quốc gia khác ở EU). Bằng sáng chế sẽ được cấp bằng tiếng Anh, tiếng Pháp hoặc tiếng Đức, mặc dù có thể được trình bày bằng bất kỳ ngôn ngữ chính thức nào của EU, cùng với một bản tóm tắt bằng một trong ba ngôn ngữ nói trên. Mặc dù các quy định có hiệu lực vào ngày 20 tháng 1 năm 2013, Gói Bằng sáng chế sẽ không có hiệu lực cho đến khi Đức, Pháp và 10 quốc gia thành viên khác đã đồng ý phê chuẩn Thỏa thuận thống nhất Tòa án sáng chế. Kể từ tháng 4 năm 2019, 12 quốc gia đã phê chuẩn thỏa thuận, sẽ có hiệu lực khi Đức và UK thông qua.

Các công ty dược phẩm đã báo cáo rằng việc bằng sáng chế của Tây Ban Nha thiếu hòa hợp với phần lớn các quốc gia thành viên Liên minh châu Âu. Chính phủ Tây Ban Nha đã sửa đổi bộ luật hình sự để quy định rằng những người vi phạm bằng sáng chế sẽ bị phạt tù từ một đến ba năm đối với vi phạm các giống cây trồng được bảo vệ cho mục đích thương mại hoặc nông nghiệp.

### *Nhãn hiệu*

Mặc dù chính phủ đã có các cuộc đột kích quy mô lớn có tác động mạnh trong năm 2016 để ngăn chặn việc bán hàng giả, các cửa hàng bán hàng giả đã mở cửa trở lại và doanh số đã tăng

trở lại. Mua và bán các mặt hàng giả, đặc biệt là hàng may mặc và phụ kiện được cung cấp bởi những người bán hàng rong ở các khu du lịch của các thành phố lớn và thị trấn bãi biển. Đáng chú ý là đã gia tăng từ năm 2018. Tây Ban Nha được liệt kê cụ thể trong Danh sách của USTR chuyên bán hàng giả ở chợ Limits de La Jonquera ở khu Girona và ở các trung tâm du lịch ở Barcelona và Madrid. Khách giả ở Tây Ban Nha cũng phát trực tuyến nội dung phim và truyền hình được sản xuất bất hợp pháp. Chính phủ đã cam kết phát triển một kế hoạch hành động quốc gia để chống lại vấn đề này, đòi hỏi có sự phối hợp với chính quyền quốc gia, khu vực và địa phương.

Chính quyền Tây Ban Nha đã công bố luật Nhân hiệu mới vào năm 2001 (Luật 17/2001), có hiệu lực vào tháng 7 năm 2002. Văn phòng Bằng sáng chế và Nhân hiệu Tây Ban Nha giám sát việc bảo vệ thương hiệu quốc gia. Các nhãn hiệu đã đăng ký trong Cơ quan đăng ký sở hữu công nghiệp được bảo hộ trong thời gian 10 năm kể từ ngày nộp đơn, có thể được gia hạn. Tháng 3 năm 2015, Quốc hội Tây Ban Nha đã thông qua một cuộc cải cách bộ luật hình sự có hiệu lực vào tháng 7 năm 2015 (Ley Organica 1/2015). Bộ luật hình sự sửa đổi đã loại bỏ điều kiện đó là một số tội phạm quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến việc bán các mặt hàng giả đến ngưỡng 400 EUR thì sẽ bị truy tố và đã thay đổi thủ tục tiêu hủy các mặt hàng giả bị bắt giữ bởi cơ quan thực thi pháp luật. Các mặt hàng giả có thể bị tiêu hủy sau khi một báo cáo chính thức được thực hiện liên quan đến các mặt hàng, trừ khi thẩm phán chính thức yêu cầu các mặt hàng đó được giữ lại.

Cơ quan Thuế Tây Ban Nha công bố số liệu thống kê về việc bắt giữ hàng giả một cách không đều đặn thông qua trang web của mình. Năm 2017, dữ liệu gần đây nhất của Tây Ban Nha đã tịch thu 3,1 triệu sản phẩm giả trong gần 3.000 hoạt động.

Các doanh nghiệp có thể tìm kiếm một nhãn hiệu hợp lệ trên toàn Liên minh châu Âu. Cơ quan Hòa hòa thị trường nội khối châu Âu (OHIM) để đăng ký nhãn hiệu cộng đồng tại Liên minh châu Âu bắt đầu hoạt động vào năm 1996. Trụ sở chính của cơ quan đặt tại Alicante:

Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs)

Avenida de Europa, 4

E-03008 Alicante

Tel: (34) 96-513-9100

<http://oami.europa.eu/ows/rw/pages/OHIM/contact.en.do>

Tổ chức Sở hữu Trí tuệ thế giới (WIPO, có trụ sở tại Geneva) giám sát một hệ thống đăng ký quốc tế. Người nộp đơn phải chỉ định các quốc gia nơi họ muốn được bảo vệ. Tuy nhiên, hệ thống này chỉ áp dụng cho các công ty Hoa Kỳ có cơ sở tại một quốc gia là một bên của Thỏa thuận hoặc Nghị định thư.

Để biết thêm thông tin về luật pháp quốc gia và các điểm liên hệ tại các văn phòng IP địa phương, vui lòng xem hồ sơ quốc gia của WIPO tại địa chỉ <http://www.wipo.int/directory/en/>.

## 6. Lĩnh vực tài chính

### *Thị trường vốn và danh mục vốn đầu tư*

Sự hội tụ của chính sách tiền tệ sau khi áp dụng đồng euro đã khiến lãi suất giảm đáng kể; tuy nhiên, cuộc khủng hoảng khu vực đồng euro và khuynh hướng lao dốc nợ công của Tây Ban Nha có tác động tiêu cực đến chi phí tài chính công. Các nhà đầu tư nước ngoài không phải đối mặt với sự phân biệt đối xử khi tìm kiếm tài chính địa phương cho các dự án. Một loạt lớn các công cụ tín dụng có sẵn thông qua các tổ chức tài chính quốc tế và Tây Ban Nha. Nhiều công

ty lớn của Tây Ban Nha dựa vào các thỏa thuận nắm giữ chéo và cổ phần sở hữu của các ngân hàng thay vì các khoản vay thuần túy. Tuy nhiên, những sắp xếp này không tác động đến hạn chế quyền sở hữu nước ngoài. Một số công ty lớn nhất của Tây Ban Nha tham gia vào hoạt động này cũng được giao dịch công khai tại Hoa Kỳ. Có một số lượng đáng kể danh mục vốn đầu tư vào Tây Ban Nha, bao gồm cả các công ty Hoa Kỳ. Tây Ban Nha có một thị trường chứng khoán giao dịch năng động và thanh khoản.

### *Hệ thống tiền tệ và ngân hàng*

Cuộc khủng hoảng nhà ở trong nước của Tây Ban Nha, bắt đầu từ năm 2007, liên quan đến các hoạt động cho vay kém của các ngân hàng tiết kiệm Tây Ban Nha (cajas de ahorros), nhiều trong số đó đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi các công ty xây dựng và bất động sản gặp khó khăn. Chính phủ sau đó đã tạo ra một Quỹ tái cấu trúc ngân hàng có trật tự (FROB) thông qua Nghị định Hoàng gia 9/2009 ngày 26 tháng 6, cơ cấu lại các tổ chức tín dụng nhằm tăng cường vốn và cung cấp vốn. Số lượng các tổ chức tài chính Tây Ban Nha đã giảm đáng kể kể từ năm 2009 với 50 ngân hàng hợp nhất thành 11 ngân hàng vào tháng 3 năm 2019 (Banco Santander, BBVA, Bankinter, Banco Sabadell, CaixaBank, Bankia, Ibercaja Banco, Kutxabank, Liberbank, Abanca, và Unicaja Banco).

Kể từ năm 2008, khi ngành tài chính lên đến đỉnh điểm, số lượng các tổ chức tài chính xử lý tiền gửi đã giảm 43,1%, theo dữ liệu của Ngân hàng Trung ương Tây Ban Nha và Ngân hàng Trung ương châu Âu. Catalonia là khu vực Tây Ban Nha bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi việc đóng cửa các chi nhánh tài chính, vì 55,8% các chi nhánh đã đóng cửa trong thập kỷ qua. Cuộc khủng hoảng kinh tế, làn sóng sáp nhập và mua lại, số hóa ngành và nhu cầu giảm chi phí dẫn đến sự điều chỉnh triệt để của mạng lưới chi nhánh. Có 26.011 chi nhánh tổ chức tài chính vào cuối năm 2018, theo Ngân hàng Tây Ban Nha, con số thấp nhất kể từ cuối năm 1980. Ngành này cũng đã giảm gần 95.000 công nhân, và việc thu hẹp vẫn tiếp tục khi các ngân hàng đánh giá lại lợi nhuận. Với biên lợi nhuận bị thu hẹp, các ngân hàng đang tiếp tục thu hẹp, giảm cả số lượng nhân viên và chi nhánh. Banco Santander có kế hoạch đóng 1.000 chi nhánh và sa thải hơn 3.000 nhân viên trong hai đến ba năm tới.

CaixaBank tuyên bố đóng cửa 800 chi nhánh và có kế hoạch sa thải hơn 2.000 nhân viên. BBVA đã lên kế hoạch đóng cửa 195 văn phòng, Bankia khoảng 25 văn phòng và sáp nhập hai ngân hàng cỡ trung bình, Unicaja và Liberbank, ước tính sẽ sa thải 3.000 nhân viên và đóng cửa 200 chi nhánh. Các ngân hàng đang tìm cách thu hẹp lực lượng lao động của họ bằng cách đưa ra cơ chế cho nghỉ hưu sớm những người trên 50 tuổi. Năm 2017, hai vụ hợp nhất ngân hàng quan trọng đã xảy ra. Banco Santander (ngân hàng lớn nhất Tây Ban Nha bằng vốn hóa thị trường) đã mua lại Banco Popular vào tháng 6 năm 2017 sau khi Ủy ban Xử lý Thống nhất (SRB) của EU, Cơ quan ngân hàng trung ương EU, được thành lập vào năm 2015, cho rằng Banco Popular đang thất bại hoặc có khả năng thất bại. Cuối tháng 6, Bankia đồng ý mua lại Banco Mare Nostrum, một thỏa thuận được hoàn tất vào tháng 1 năm 2018, làm cho ngân hàng Bankia Tây Ban Nha lớn thứ tư về vốn hóa thị trường.

Tháng 1 năm 2014, Tây Ban Nha đã hoàn toàn thoát khỏi chương trình viện trợ của EU, Cơ chế ổn định châu Âu (ESM), được sử dụng để tái cấp vốn cho các ngân hàng Tây Ban Nha vào năm 2012 và 2013. Tây Ban Nha đã chủ động trả nợ 9 lần cho các khoản vay ESM; đến năm 2018, Tây Ban Nha đã trả lại 19,6 tỷ EUR cho khoản vay 41,3 tỷ EUR ban đầu. Những khoản thanh toán này đã thúc đẩy niềm tin của các nhà đầu tư vào nền kinh tế Tây Ban Nha và nhận được lời khen ngợi từ các quan chức EU. Tháng 11 năm 2015, Chính phủ đã phê duyệt pháp luật thực thi Luật Phục hồi và Nghị quyết của các tổ chức tín dụng và các công ty dịch vụ đầu tư. Quy định này cũng phát triển vai trò của Quỹ Tái cấu trúc ngân hàng có trật tự (viết tắt

tiếng Tây Ban Nha: FROB), với tư cách là Cơ quan giải quyết quốc gia, cũng như sự đóng góp của các tổ chức cho Quỹ giải quyết quốc gia và Quỹ bảo lãnh tiền gửi. Dòng tín dụng đã được khôi phục và các cơ chế tài chính thay thế đã được tạo ra. IMF đã tiến hành đánh giá ổn định hệ thống tài chính của Tây Ban Nha vào tháng 8 năm 2017, lần đánh giá đầu tiên như vậy kể từ năm 2012 và coi rằng hệ thống tài chính Tây Ban Nha đã đạt được tiến bộ ổn định tăng cường khả năng thanh toán và giảm các khoản nợ xấu (NPL) kể từ năm 2012.

Tổng tài sản của năm ngân hàng lớn nhất Tây Ban Nha vào cuối năm 2018 là 2,95 nghìn tỷ euro:

Banco Santander: 1,459 nghìn tỷ euro

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA): 677 tỷ euro

CaixaBank: 386,6 tỷ euro

Banco Sabadell: 223,2 tỷ euro

Bankia: 205,2 tỷ euro

## **Ngoại hối và kiều hối**

### *Chính sách ngoại hối*

Không có kiểm soát về dòng vốn. Tháng 2 năm 1992, Nghị định Hoàng gia 1816/1991 cung cấp quyền tự do hành động hoàn toàn trong các giao dịch tài chính giữa người dân và người không cư trú tại Tây Ban Nha. Các yêu cầu trước đây đối với việc ưu tiên cho phép sử dụng chuyên giao công nghệ và thỏa thuận hỗ trợ kỹ thuật đã được loại bỏ. Các quy định tự do của luật này áp dụng cho các khoản thanh toán, khoản thu và chuyển khoản được tạo ra bởi các khoản đầu tư nước ngoài ở Tây Ban Nha.

### *Chính sách chuyển tiền*

Kiểm soát vốn đối với việc chuyển tiền ra nước ngoài đã bị bãi bỏ vào năm 1991. Chuyển tiền lãi, dịch vụ nợ, lãi vốn và tiền bản quyền từ sở hữu trí tuệ đều có thể bị ảnh hưởng theo lãi suất thị trường khi sử dụng ngân hàng thương mại.

### *Quỹ tài sản có chủ quyền*

Tây Ban Nha không có quỹ tài sản có chủ quyền hoặc thực thể tương tự.

## **7. Doanh nghiệp nhà nước**

Quy mô của khu vực doanh nghiệp công ở Tây Ban Nha tương đối nhỏ. Trong ba thập kỷ qua, vai trò và tầm quan trọng của các doanh nghiệp nhà nước (SOE) ở Tây Ban Nha đã giảm đáng kể do quá trình tư nhân hóa bắt đầu vào đầu những năm 1980. Cải cách giám sát SOE trong những năm 1990 đã khiến chính phủ thành lập Tập đoàn State Holding for Industrial Participations, (Sociedad Estirith de tham gia công nghiệp, SEPI). SEPI được tạo ra như một thực thể pháp luật công theo nghị định năm 1995; và được pháp luật bảo vệ năm 1996. SEPI có sự tham gia trực tiếp đa số của 15 doanh nghiệp nhà nước, tạo nên Tập đoàn SEPI, với lực lượng lao động hơn 74.000 nhân viên năm 2017, và cũng là cổ đông thiểu số trực tiếp trong 9 doanh nghiệp nhà nước (5 trong số đó nằm trong danh sách trên các sàn giao dịch chứng khoán) và tham gia gián tiếp vào quyền sở hữu của hơn một trăm công ty.

Cả hai hội đồng lập pháp và bất kỳ nhóm nghị sĩ nào cũng có thể yêu cầu sự có mặt của đại diện SEPI và SOE để thảo luận về các vấn đề liên quan đến hoạt động của họ. SEPI và các SOE được yêu cầu nộp thông tin kinh tế và tài chính cho cơ quan lập pháp một cách thường xuyên. Liên minh châu Âu, thông qua các ủy ban chuyên ngành, cũng kiểm soát hoạt động của



các doanh nghiệp nhà nước (SOE) về các vấn đề liên quan đến các chính sách cụ thể của ngành và các hoạt động chống cạnh tranh. Nhiệm vụ của SEPI, là tạo ra lợi nhuận cho các doanh nhân tham gia và định hướng tất cả các hoạt động có tính đến lợi ích công, làm cho nó chịu trách nhiệm kết hợp các mục tiêu của lợi nhuận kinh tế và xã hội. Ngoài bản chất ban đầu của một Đại lý phụ trách chính sách công nghiệp, SEPI đã được hợp nhất như một công cụ cho chính sách kinh tế và tài chính, duy trì mối quan hệ chặt chẽ với chính sách ngân sách.

Quản trị doanh nghiệp của các doanh nghiệp nhà nước Tây Ban Nha (SOEs) sử dụng các tiêu chí dựa trên các nguyên tắc và hướng dẫn của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Chúng bao gồm chức năng sở hữu nhà nước và trách nhiệm giải trình, cũng như các vấn đề liên quan đến giám sát hiệu suất, công bố thông tin, cơ chế kiểm toán và vai trò của hội đồng quản trị trong các công ty.

## 8. Hành vi kinh doanh có trách nhiệm

Các công ty Tây Ban Nha coi danh tiếng của công ty, lợi thế cạnh tranh và xu hướng của ngành là động lực chính của hành vi kinh doanh có trách nhiệm (RBC). Các sáng kiến do EU và các tổ chức quốc tế thực hiện đã ảnh hưởng đến quyết định thực hiện RBC của các công ty và các công ty tiếp tục tuân thủ các nguyên tắc của nó. Các hiệp hội và diễn đàn tập hợp những người đứng đầu các tập đoàn hàng đầu, trường kinh doanh và các tổ chức học thuật khác, các tổ chức phi chính phủ và các phương tiện truyền thông đang tích cực đóng góp để thực hiện RBC tại Tây Ban Nha. Mặc dù tầm nhìn của các nỗ lực của RBC vẫn ở mức vừa phải theo tiêu chuẩn quốc tế, trong hai thập kỷ qua ngày càng có nhiều sự quan tâm ngày càng hơn. Ngày nay, hầu hết tất cả các công ty năng lượng, viễn thông, cơ sở hạ tầng, vận tải, dịch vụ tài chính và bảo hiểm lớn nhất của Tây Ban Nha, trong số nhiều công ty khác, đã thực hiện các dự án của RBC, và các hoạt động như vậy đang lan rộng khắp nền kinh tế.

Chính phủ Tây Ban Nha đã thực hiện một số biện pháp để thúc đẩy RBC từ năm 2002. Chính phủ đã phê chuẩn Hướng dẫn của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) cho các doanh nghiệp đa quốc gia, và đầu mối liên lạc của quốc gia là Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch.

## 9. Tham nhũng

Tây Ban Nha có rất nhiều luật, quy định và hình phạt để giải quyết nạn tham nhũng. Chế độ pháp lý có cả các biện pháp trừng phạt dân sự và hình sự đối với tham nhũng, hối lộ, lạm dụng tài chính,... Đưa hoặc nhận hối lộ là một hành vi phạm tội. Theo Mục 1255 của bộ luật dân sự Tây Ban Nha, các công ty và cá nhân bị cấm khấu trừ hối lộ từ các tính toán thuế trong nước. Có luật chống trốn thuế và các quy định cho các ngân hàng và tổ chức tài chính để chống rửa tiền tài trợ khủng bố. Ngoài ra, Bộ luật Hình sự Tây Ban Nha quy định mức án tù và tiền phạt nặng cho các quản trị viên tập đoàn (pháp nhân) nhận tài trợ bất hợp pháp.

Chính phủ Tây Ban Nha tiếp tục xây dựng các biện pháp mạnh mẽ để chống rửa tiền. Sau khi Ủy ban châu Âu đe dọa sẽ trừng phạt Tây Ban Nha vì đã không đưa ra các quy định chống rửa tiền theo đúng Chỉ thị phòng chống rửa tiền lần thứ tư của EU, năm 2018, Tây Ban Nha đã phê chuẩn các biện pháp sửa đổi luật rửa tiền của mình để tuân thủ Chỉ thị của EU. Những biện pháp này thiết lập nghĩa vụ mới cho các công ty cấp phép hoặc đăng ký nhà cung cấp dịch vụ, bao gồm xác định chủ sở hữu cuối cùng có ảnh hưởng tốt; phạt nặng hơn cho tội rửa tiền; và tạo các kênh tố giác công khai và riêng tư cho các cáo buộc phạm tội.

Tổng công tố viên được ủy quyền điều tra và truy tố các vụ án tham nhũng liên quan đến số tiền vượt quá khoảng 500.000 USD. Văn phòng Công tố viên chống tham nhũng, một đơn vị trực thuộc của Tổng công tố viên Nhà nước, điều tra và truy tố các cáo buộc hối lộ trong nước

và quốc tế. Ngoài ra còn có Audiencia Nacional, một đoàn thẩm phán có toàn quyền điều tra và truy tố các trường hợp bị cáo buộc của các doanh nhân Tây Ban Nha mua chuộc các quan chức nước ngoài.

Tây Ban Nha thi hành luật chống tham nhũng trên cơ sở thống nhất nói chung. Các quan chức nhà nước phải chịu sự giám sát nhiều hơn các cá nhân tư nhân, nhưng một số giám đốc kinh doanh giàu có và có mối quan hệ tốt đã bị truy tố thành công vì tham nhũng. Năm 2018, tòa án Tây Ban Nha đã tiến hành 48 vụ án tham nhũng liên quan đến 205 bị cáo. Tòa án đã ban hành 63 bản án, với 40 bản án bao gồm bản án có tội đầy đủ hoặc một phần.

Hiển nhiên là không có sự thiên vị đối với hoặc chống lại các nhà đầu tư nước ngoài. Các công ty Hoa Kỳ hiếm khi coi việc tham nhũng là một trở ngại cho đầu tư vào Tây Ban Nha, mặc dù đã thường xuyên cố gắng gây khó khăn và đôi khi đã thành công trong việc ngăn chặn sự phát triển việc nhượng quyền thương mại và nền tảng công nghệ của Hoa Kỳ ở cả Madrid và Barcelona. Do đó, Tây Ban Nha là một trong những quốc gia ít được chào đón nhất ở châu Âu đối với một số công ty công nghệ hàng đầu của Hoa Kỳ, như Airbnb, Uber và Expedia. Mặc dù không có khiếu nại tham nhũng chính thức nào được đưa ra, các công ty của Hoa Kỳ đã chỉ ra rằng đôi khi họ bị loại khỏi các cuộc đấu thầu công khai dựa trên những lý do mà các công ty này không thể coi là hợp pháp.

Xếp hạng Tây Ban Nha trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng Hàng năm của Tổ chức Minh bạch Quốc tế được cải thiện đôi chút trong năm 2018, đã leo lên vị trí 41 (từ 42 năm 2017); điểm tổng thể của Tây Ban Nha (58) là một trong những mức thấp nhất trong số các nước Tây Âu. Nhìn chung Tây Ban Nha, tham nhũng tiếp tục là một trong những mối quan tâm chính, kế tiếp là thất nghiệp.

Tây Ban Nha là một bên ký kết Công ước của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) về Chống hối lộ và Công ước của Liên hợp quốc về chống tham nhũng. Nó cũng là thành viên của Nhóm các quốc gia chống tham nhũng (GRECO) từ năm 1999. OECD đã ghi nhận những lo ngại về mức độ thực thi hối lộ nước ngoài thấp ở Tây Ban Nha và thiếu việc thực hiện các khuyến nghị liên quan đến thực thi. GRECO nhấn mạnh Tây Ban Nha đã hạn chế thực hiện áp dụng 11 khuyến nghị của nhóm từ năm 2013 để chống tham nhũng. GRECO chỉ trích Tây Ban Nha đã không thông qua bộ quy tắc ứng xử trong Quốc hội và Thượng viện, tiến hành rà soát kỹ lưỡng chế độ công khai tài chính hoặc thiết lập một cơ chế thực thi khi hành vi sai trái xảy ra.

## 10. Môi trường chính trị và an ninh

Đã có những cuộc biểu tình ôn hòa định kỳ chống lại các biện pháp thắt lưng buộc bụng và các chính sách xã hội hoặc kinh tế khác. Các nhân viên khu vực công và các thành viên công đoàn đã tổ chức các cuộc biểu tình nhỏ thường xuyên để đáp ứng với việc cắt giảm dịch vụ, tư nhân hóa và các biện pháp khác của chính phủ.

## 11. Chính sách và thực hành lao động

Tỷ lệ thất nghiệp của Tây Ban Nha đã giảm xuống 14,4% vào cuối năm 2018, giảm từ 16,5% vào đầu năm 2018 và đánh dấu mức thấp nhất trong một thập kỷ xuống từ mức cao nhất là 26,9% vào năm 2013. Tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên giảm xuống còn 33,5% vào cuối năm 2018, cải thiện gần bốn điểm phần trăm so với năm 2017, nhưng vẫn còn 502.900 người thất nghiệp dưới 25 tuổi. Mặc dù có những thành tựu này, năm 2018 Tây Ban Nha vẫn có tỷ lệ thất nghiệp và thanh niên thất nghiệp cao thứ hai của EU sau Hy Lạp. Tạo việc làm ổn định, một phần là do ngành du lịch Tây Ban Nha hưng thịnh. Năm 2018, Tây Ban Nha đã lập kỷ lục mới với hơn 82,6 triệu lượt khách (tăng 0,9% so với năm 2017), đã chi tiêu hơn 89,7 tỷ euro, tăng

3,1% so với năm trước.

Trong khi tỷ lệ thất nghiệp của thanh niên giảm đáng kể, thì thập kỷ thất nghiệp cao bất thường tiếp tục ảnh hưởng đến sự phát triển kinh tế xã hội của Tây Ban Nha và gây thiệt hại cho đất nước. Các nhà kinh tế và chính trị gia Tây Ban Nha luôn đặt ra mối lo ngại về chất lượng công việc của thanh niên, thường là những vị trí được trả lương thấp, tạm thời, có tay nghề thấp, là những người đầu tiên bị chấm dứt trong bất kỳ khó khăn kinh tế nào.

Tây Ban Nha đã có thêm 566.200 việc làm trong năm 2018, hạ tỷ lệ thất nghiệp xuống 14,4%, mức thấp nhất kể từ quý IV năm 2008, theo Viện Thống kê Quốc gia Tây Ban Nha (INE). Dân số Tây Ban Nha hoạt động kinh tế tăng 103.800 người trong năm 2018, tổng cộng 22,8 triệu người, trong đó 19,5 triệu người được tuyển dụng và 3,3 triệu người thất nghiệp. Một số chỉ số cho thấy sự cải thiện khiêm tốn nhưng việc làm ở Tây Ban Nha dần dần có xu hướng việc làm dài hạn. Tốc độ tăng trưởng việc làm năm 2018 đã tăng lên gần ba phần trăm từ 2,6% trong năm 2017; số lượng người thất nghiệp lâu dài (hơn một năm không có việc làm) đã giảm 17,4% so với năm 2017; và hơn bốn phần năm số việc làm được tạo ra trong năm 2018 là các vị trí toàn thời gian (476.800 vị trí) cao hơn 9,9% so với năm 2017.

Thị trường lao động được chia thành lao động thường trực với đầy đủ lợi ích và lao động tạm thời với lợi ích ít hơn. Luật cải cách thị trường lao động được quốc hội ban hành vào tháng 9 năm 2010 nhằm mục đích khuyến khích sử dụng hợp đồng lao động vô thời hạn bằng cách giảm số ngày nghỉ việc theo các hợp đồng này. Vào tháng 1 năm 2011, các đại diện của chính phủ, doanh nghiệp và liên đoàn lao động đã đồng ý cải cách lương hưu làm tăng tuổi nghỉ hưu hợp pháp từ 65 lên 67 trong khoảng thời gian 15 năm bắt đầu từ ngày 1 tháng 1 năm 2013 và tăng dần số năm đóng góp vào lương hưu nào được tính. Năm 2012, chính phủ Tây Ban Nha đã ban hành một loạt các biện pháp để làm cho việc tuyển dụng và sa thải dễ dàng hơn.

Thương lượng tập thể là phổ biến trong cả khu vực tư nhân và công. Một tỷ lệ cao dân số làm việc được bảo vệ bởi các thỏa thuận thương lượng tập thể, mặc dù chỉ có một thiểu số (thường được ước tính khoảng 10%) trong số những người được bảo hiểm thực sự là đoàn viên. Theo hệ thống Tây Ban Nha, công nhân bầu đại biểu để đại diện cho họ nhiệm kỳ bốn năm. Nếu một tỷ lệ nhất định trong số các đại biểu đó có liên kết với công đoàn, thì các công đoàn đó là một phần của ủy ban công nhân. Nhà tuyển dụng lớn thường có thỏa thuận tập thể cá nhân. Trong các ngành công nghiệp đặc trưng bởi các công ty nhỏ hơn, thỏa thuận tập thể thường là toàn ngành hoặc khu vực. Các cải cách được ban hành vào năm 2012 đã tạo ra sự ưu tiên cho các thỏa thuận cấp doanh nghiệp so với các thỏa thuận ngành và khu vực và giúp các doanh nghiệp dễ dàng từ chối các thỏa thuận cấp cao hơn. Họ cũng yêu cầu thỏa thuận lao động tập thể phải được đàm phán lại trong vòng một năm sau khi hết hạn.

Hiến pháp đảm bảo quyền đình công, và quyền này đã được giải thích bao gồm quyền để gọi các cuộc đình công chung để phản đối chính sách của chính phủ.

## **12. OPIC và các chương trình bảo hiểm đầu tư khác**

Vì Tây Ban Nha là thành viên của Liên minh Châu Âu, bảo hiểm của Cơ quan Đầu tư tư nhân hải ngoại (OPIC) không được cung cấp. Các chỉ thị khác nhau của EU, được thông qua trong luật pháp Tây Ban Nha, bảo vệ đầy đủ các quyền của các nhà đầu tư nước ngoài. Tây Ban Nha là thành viên của Cơ quan bảo lãnh đầu tư đa phương (MIGA) của Ngân hàng Thế giới.

## **13. Thống kê đầu tư trực tiếp nước ngoài và danh mục vốn đầu tư nước ngoài**

	Nguồn thông kê của Tây Ban Nha		USG hay Nguồn thông kê quốc tế		USG hay Nguồn thông kê quốc tế: BEA; IMF; Eurostat; UNCTAD, Khác
	Năm	Giá trị	Năm	Giá trị	
Dữ liệu kinh tế					
Tổng sản phẩm quốc nội của Tây Ban Nha (GDP) (Triệu USD)	2017	1.317.600	2017	1.314.314	<a href="http://www.worldbank.org/en/country">www.worldbank.org/en/country</a>
Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)	Nguồn thông kê của Tây Ban Nha		USG hay Nguồn thông kê quốc tế		USG hay Nguồn thông kê quốc tế: BEA; IMF; Eurostat; UNCTAD, Khác
Vốn đầu tư FDI của Hoa Kỳ vào Tây Ban Nha (Triệu USD)	2016	66.309	2017	33.128	<a href="http://bea.gov/international/direct_investment_multinational_companies_comprehensive_data.htm">http://bea.gov/international/direct_investment_multinational_companies_comprehensive_data.htm</a>
Vốn đầu tư FDI của Tây ban Nha vào Hoa Kỳ (Triệu USD)	2016	78.014	2017	74.716	<a href="http://bea.gov/international/direct_investment_multinational_companies_comprehensive_data.htm">http://bea.gov/international/direct_investment_multinational_companies_comprehensive_data.htm</a>
Tổng vốn FDI hời hươg theo % GDP của Tây ban Nha	2016	44,8%	2017	52,3%	<a href="https://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Country-Fact-Sheets.aspx">https://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Country-Fact-Sheets.aspx</a>

Nguồn: Bộ Công nghiệp, Thương mại và Du lịch: <http://www.comercio.gob.es/esES/inversiones-exteriores/informes/Paginas/presentacion.aspx>

Đầu tư trực tiếp/Dữ liệu kinh tế đối tác					
Top 5 nguồn vốn đứng đầu / Top 5 điếm đên (Triệu USD), 2017					
Đầu tư trực tiếp trong nội khối			Đầu tư trực tiếp ngoại khối		
Tổng vốn đầu tư nội khối	633.756	100%	Tổng vốn đầu tư ra ngoại khối	570.294	100%
Hà Lan	129.598	20,4%	United Kingdom	120.091	21%
Luxembourg	90.864	14,3%	United States	86.520	15,2%
UK	85.969	13,5%	Brazil	63.204	11%
Pháp	58.832	9,3%	Mexico	41.032	7,2%
Đức	51.887	8,2%	Portugal	26.961	4,7%

Danh mục vốn đầu tư, 2018								
Top 5 đối tác (Triệu USD)								
Tổng giá trị			Chứng khoán vốn			Tổng chứng khoán nợ		
Tất cả các quốc gia	748.201	100%	Tất cả các quốc gia	359.711	100%	Tất cả các quốc gia	388.490	100%
Luxembourg	179.119	23,9%	Luxembourg	172.724	48,0%	Ý	124.293	31,9%
Ý	128.287	17,1%	Pháp	44.017	12,2%	Hoa Kỳ	37.570	9,6%
Pháp	69.176	9,2%	Ireland	47.324	13,1%	Hà Lan	32.110	8,3%
Ireland	59.061	7,9%	Hoa Kỳ	18.373	5,1%	Pháp	21.833	5,6%
Hoa Kỳ	55.943	7,5%	UK	18.068	5,0%			

## Chương 7: Tài trợ thương mại và dự án

### 1. Phương thức thanh toán

Thảo luận về các phương thức thanh toán phổ biến nhất, chẳng hạn như mở tài khoản, thư tín dụng, tiền mặt trả trước, bao thanh toán,... Bao gồm các cơ quan xếp hạng tín dụng và thu nợ tại quốc gia này. Bao gồm thẻ tín dụng chính hoặc thẻ thanh toán tiêu dùng được sử dụng ở quốc gia này.

Nói chung, các sản phẩm nước ngoài được nhập khẩu vào Tây Ban Nha bằng thư tín dụng không thể hủy ngang, nhưng các hình thức thanh toán khác có thể được thương lượng khi mối quan hệ đã được thiết lập giữa nhà xuất khẩu và nhà nhập khẩu/nhà phân phối.

- Thanh toán thường dựa trên các kỳ hạn 30, 60 hoặc 90 ngày.
- Các tập đoàn lớn (bao gồm các nhà bán lẻ lớn) thường áp dụng các điều khoản thanh toán dài hơn lên đến sáu tháng.
- Chính phủ trì hoãn nhiều khoản thanh toán - tùy thuộc vào phạm vi hoạt động, các khoản thanh toán có thể được hoãn lại tới một năm.

Ở Tây Ban Nha, các phương thức thanh toán phổ biến nhất cho thương mại quốc tế là:

- Séc (séc): Séc ngân hàng đảm bảo giao dịch an toàn, trong khi séc cá nhân thì không. Séc cá nhân không cung cấp bảo đảm đầy đủ để phòng rủi ro thương mại vì ngân hàng không đảm bảo tiền trong tài khoản của tổ chức phát hành.
- Lệnh thanh toán (orden de pago): Thông qua lệnh thanh toán cho ngân hàng ở Tây Ban Nha, nhà nhập khẩu thanh toán cho ngân hàng của nhà xuất khẩu số tiền đến hạn bằng cách sử dụng ngân hàng đại lý tại quốc gia cơ sở. Năng lực thanh toán trong trường hợp này là trách nhiệm của nhà nhập khẩu. Các chuyển khoản này, thông qua SWIFT (Hiệp hội Viễn thông tài chính liên ngân hàng toàn cầu), là phổ biến trong hệ thống ngân hàng Tây Ban Nha.
- Nhờ thu trả ngay D/P (remesa documentaria): Các nhà xuất khẩu sử dụng công cụ này để đảm bảo sở hữu hàng hóa cho đến khi họ nhận được thanh toán hoặc ít nhất là cho đến khi nhà nhập khẩu chấp nhận hối phiếu.
- Tín dụng chứng từ D/C (crédito documentario): Điều này cho phép các giao dịch an toàn hơn nhờ sự tham gia của các ngân hàng ở cả hai quốc gia. Trong trường hợp này, ngân hàng của nhà nhập khẩu bảo đảm đối với sự xâm nhập của bên thứ ba (nhà xuất khẩu, ngân hàng hoặc ngân hàng đại lý).

### 2. Hệ thống ngân hàng

Bao gồm các tính năng đặc biệt của hệ thống ngân hàng quốc gia này và các quy tắc / luật có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các công ty nước ngoài.

Hệ thống tài chính hiện đại và mở rộng của Tây Ban Nha được tương thích hoàn toàn với thị trường tài chính quốc tế. Hệ thống này bao gồm thị trường tín dụng, thị trường chứng khoán và thị trường tiền tệ, và thị trường riêng biệt do phát sinh.

Hệ thống ngân hàng được điều chỉnh bởi Tổng thư ký Bộ Tài chính và Chính sách tài chính, Tổng cục Thương mại và Đầu tư Quốc tế thuộc Bộ Kinh tế và Năng lực cạnh tranh và Ngân hàng Tây Ban Nha. Pháp luật Tây Ban Nha về việc hợp nhất ngân hàng được quy định bởi

Nghị định Hoàng gia 1245, ngày 14 tháng 7 năm 1995. Khi muốn thành lập chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại Tây Ban Nha, các ngân hàng nước ngoài đã được ủy quyền tại một quốc gia thành viên EU khác không cần ủy quyền từ Ngân hàng của Tây Ban Nha. Điều kiện truy cập vào hệ thống tài chính Tây Ban Nha là giống nhau cho cả các công ty Tây Ban Nha và nước ngoài.

Thị trường EU trong dịch vụ ngân hàng và bảo hiểm đã thay đổi khung pháp lý của Tây Ban Nha. Tây Ban Nha đã thông qua các Chỉ thị của EU quy định tỷ lệ vốn chủ sở hữu và khả năng thanh toán của các tổ chức tín dụng và Chỉ thị của Hội đồng về điều phối ngân hàng. Nó cũng đã thông qua các Chỉ thị của EU trên thị trường chứng khoán và dịch vụ bảo hiểm. Vì Tây Ban Nha là thành viên của Eurozone, nó thiếu các công cụ chính sách tiền tệ truyền thống; thay vào đó là sự dao động để đáp ứng với hành động của Ngân hàng Trung ương châu Âu.

Ngành ngân hàng ở Tây Ban Nha đã mở rộng đáng kể trong suốt 15 năm tăng trưởng kinh tế nhanh chóng trước bong bóng nhà đất Tây Ban Nha và cuộc khủng hoảng tài chính quốc tế, khiến năm 2012 Tây Ban Nha buộc phải yêu cầu các quỹ cứu trợ của EU tái cấu trúc và tái cấu trúc ngành tài chính. Trước cuộc khủng hoảng nhà đất năm 2008, ngân hàng Tây Ban Nha bị chi phối bởi các ngân hàng tiết kiệm trong khu vực (“cajas de ahorro”), thường bị kiểm soát bởi các lợi ích chính trị và hoạt động cho vay kém đã thúc đẩy sự tăng trưởng nhanh chóng của bong bóng nhà đất ở Tây Ban Nha. Chính phủ Tây Ban Nha đã sử dụng gói cứu trợ vào năm 2012 để đóng cửa và tái cấp vốn cho các ngân hàng cũng như chuyển các tài sản xấu vào một ngân hàng được tạo ra đặc biệt để quản lý chúng. Do đó, ngành ngân hàng Tây Ban Nha hợp nhất đáng kể; hầu hết các ngân hàng tiết kiệm khu vực Tây Ban Nha đã đóng cửa hoặc sáp nhập. Kể từ khi giải cứu, các ngân hàng của Tây Ban Nha đã đạt được tiến bộ đáng kể trong việc loại bỏ các khoản thế chấp xấu nhưng vẫn đang làm sạch bảng cân đối kế toán của họ. Sau nhiều năm cho vay rất chặt chẽ để đối phó với các cuộc khủng hoảng tài chính và bất động sản, các ngân hàng Tây Ban Nha đang dần bắt đầu tăng khả năng tiếp cận tín dụng tiêu dùng và thương mại.

#### *Các tổ chức tín dụng khác*

- Các cơ sở tài chính tín dụng chuyên kinh doanh các sản phẩm tài sản như cho thuê, cho vay, bao thanh toán, cho vay cầm cố. Chúng không đòi hỏi phải có tiền đặt cọc công khai.
- ICO - Instituto de Crédito Onking (Viện Tín dụng Chính thức) đóng vai trò là cơ quan tài chính và ngân hàng đầu tư của Nhà nước.
- Các tổ chức đầu tư

#### *Các tổ chức đầu tư tập thể:*

- Các công ty đầu tư kinh doanh chứng khoán và tài sản thị trường.
- Các quỹ đầu tư kinh doanh chứng khoán thị trường, tài sản thị trường tiền tệ, tài sản bất động sản, chứng khoán thế chấp, kế hoạch hưu trí và quỹ công trái nhà nước.
- Các quỹ và công ty đầu tư mạo hiểm.
- Các đơn vị đầu tư khác.

#### *Môi giới*

- Thị trường chứng khoán: Công ty chứng khoán và đại lý.
- Phổ biến: Các ngân hàng, công ty quản lý chứng khoán và tiền gửi.
- Các công ty bảo hiểm và tái bảo hiểm và môi giới bảo hiểm

Tây Ban Nha đã cải thiện các tổ chức đầu tư và môi giới của mình. Các tổ chức đầu tư có thẩm quyền được yêu cầu cung cấp báo cáo tài chính công khai và công nhận các loại hình tổ chức đầu tư mới như quỹ đầu tư mạo hiểm và công ty đầu tư. Tây Ban Nha đã thực hiện các biện pháp miễn giảm thuế trong nỗ lực giảm chi phí phụ liên quan đến việc sử dụng hình thức đầu tư này.

### *Thị trường tiền tệ*

Ngân hàng Tây Ban Nha căn cứ trên thị trường tiền tệ của Tây Ban Nha về cơ bản là phát hành chứng khoán ngắn hạn, do các ngân hàng, công ty tài chính và các nhà điều hành thị trường tiền tệ thực hiện. Thị trường tiền tệ Tây Ban Nha ngày càng trở nên quan trọng trong những năm gần đây sau khi hệ thống được thực hiện tự do và linh hoạt hơn. Thị trường nợ chính phủ cũng rất quan trọng ở Tây Ban Nha, và cả người dân và người nước ngoài đều đầu tư vào nó. Đối với người không cư trú, việc chuẩn bị thuế đối với các khoản đầu tư vào chứng khoán này khá thuận lợi.

### *Thị trường tín dụng*

Thị trường tín dụng Tây Ban Nha được cấu trúc xung quanh các ngân hàng tư nhân, sử dụng tiền của họ để cung cấp tài chính cho khu vực tư nhân. Các ngân hàng này cũng hoạt động với tư cách là nhà đầu tư và bảo lãnh phát hành trên thị trường chứng khoán vì họ có thể điều chỉnh tính thanh khoản của mình bằng các giao dịch liên ngân hàng và thị trường tiền tệ. Tự do hóa chuyển động vốn trong EU đã giúp các công ty Tây Ban Nha dễ dàng có được nguồn tài chính từ nước ngoài.

### *Thị trường chứng khoán*

Bolsas y Mercados Españoles (BME) là công ty Tây Ban Nha xử lý các khía cạnh tổ chức của thị trường chứng khoán và thị trường tài chính Tây Ban Nha, bao gồm các sàn giao dịch chứng khoán ở Madrid, Barcelona, Bilbao và Valencia. BME đã niêm yết từ ngày 14 tháng 7 năm 2006 và là một thành phần của IBEX 35 - chỉ số chuẩn cho sàn giao dịch chứng khoán chính của Tây Ban Nha - kể từ tháng 7 năm 2007.

Hệ thống điều tiết thị trường của Tây Ban Nha dựa trên mô hình của Anh/Mỹ. Tây Ban Nha có một thị trường chứng khoán liên tục được vi tính hóa và tập trung duy nhất để xử phạt giao dịch nội gián. Ủy ban Giao dịch Chứng khoán Quốc gia, CNMV, giám sát hệ thống và hợp tác xây dựng các quy định.

Thị trường chứng khoán cạnh tranh có một hệ thống thanh toán ba ngày. Giao dịch bằng tín dụng được phép; các công cụ bảo hiểm rủi ro mới, chỉ số và các tùy chọn chứng chỉ có sẵn. Chính phủ đã ban hành các quy định chặt chẽ và toàn diện hơn liên quan đến nắm quyền kiểm soát đầu thầu. Những phát triển tích cực khác trên thị trường chứng khoán của Tây Ban Nha bao gồm việc thành lập các thị trường tương lai và quyền lựa chọn thị trường, cùng với thị trường thứ hai không chính thức để giao dịch tài sản có thu nhập cố định. Những tiến bộ này đã làm cho thị trường chứng khoán Tây Ban Nha an toàn hơn và minh bạch hơn.

### *Các kế hoạch lương hưu và các công ty bảo hiểm*

Các công ty và quỹ đầu tư bảo đảm ở Tây Ban Nha đã tăng lên trong những năm gần đây. Người sử dụng lao động, hiệp hội và tổ chức tài chính có thể thúc đẩy các kế hoạch lương hưu. Các kế hoạch này bao gồm giải quyết thuế có lợi và hạn chế sử dụng quỹ trước khi nghỉ hưu, qua đời hoặc tàn tật. Khoản tiết kiệm tích lũy trong các kế hoạch hưu trí cũng có thể được sử dụng trong trường hợp thất nghiệp trong thời gian dài hoặc mắc bệnh hiểm nghèo. Luật bảo hiểm tư nhân, Luật 30/1995, yêu cầu các công ty chính thức hóa kế hoạch lương hưu của họ



bằng một quỹ bên ngoài hoặc hợp đồng bảo hiểm.

Thị trường bảo hiểm nhân thọ cũng đã phát triển đáng kể ở Tây Ban Nha. Điều này chủ yếu là do sự tương đồng giữa các hợp đồng bảo hiểm sinh tồn, bao gồm xử lý thuế có lợi và các cách thức tiết kiệm truyền thống. Chính phủ cấm bán bảo hiểm sinh tồn ngắn hạn với giá trị bảo hiểm thấp. Trong những năm gần đây, các công ty bảo hiểm quốc tế đã bắt đầu hoạt động tại Tây Ban Nha bằng cách thành lập các công ty con và văn phòng chi nhánh hoặc mua lại các công ty hiện có. Nhìn chung, các công ty đã đạt được kết quả có lãi và vị thế thị trường xuất sắc.

Dữ liệu liên quan về lĩnh vực tài chính Tây Ban Nha và một phần đặc biệt về tình trạng cải cách khu vực tài chính và các đánh giá quốc tế <http://www.thespanisheconomy.com/>

### *Kiểm soát ngoại hối*

Một số điểm đặc trưng chính của pháp luật về giao dịch nước ngoài (Nghị định Hoàng gia 1816/1991) bao gồm:

- Điều khoản tự vệ - Trong những trường hợp ngoại lệ, luật này cho phép chính phủ Tây Ban Nha cấm hoặc hạn chế một số giao dịch tài chính với người không cư trú nếu các giao dịch ảnh hưởng đến lợi ích của Tây Ban Nha hoặc nếu chúng làm ảnh hưởng đến các biện pháp được các cơ quan quốc tế mà Tây Ban Nha là thành viên. Bộ Kinh tế hoặc Hội đồng Bộ trưởng có thể viện dẫn các biện pháp bảo vệ này nếu cần.
- Ghi chép các giao dịch - Đối với mục đích thống kê, các ngân hàng phải ghi lại các giao dịch tiền.
- Thông báo đến Ngân hàng Tây Ban Nha - Thông báo phải được gửi cho Ngân hàng khi một số giao dịch xảy ra giữa người cư trú và người không cư trú. Các giao dịch này có thể bao gồm tài trợ và trì hoãn các khoản thanh toán và biên lai trong hơn một năm, đền bù các khoản tín dụng và ghi nợ trên các giao dịch thương mại và tài chính, hoặc các khoản vay tài chính nhận được từ người không cư trú.
- Thông báo trước - Quy định này yêu cầu thông báo trước cho việc xuất khẩu tiền, giấy bạc ngân hàng và séc vô danh, bằng nội tệ hoặc ngoại tệ, sang các nước không thuộc các quốc gia EU với số tiền hơn 6.000 EUR cho mỗi người, mỗi chuyến. Yêu cầu phải thông báo trước cho Tây Ban Nha đối với số tiền hơn 6.000 EUR.
- Trước tiên phải được cho phép - Cần phải được cấp phép trước khi xuất khẩu tiền, giấy bạc ngân hàng và séc vô danh, bằng nội tệ hoặc ngoại tệ, với số tiền trên 30.000 EUR mỗi người, mỗi chuyến.
- Tài khoản ngân hàng - Các cá nhân và công ty không cư trú có thể duy trì tài khoản ngân hàng ở Tây Ban Nha giống các điều kiện tương tự như cư dân. Yêu cầu duy nhất để có tài khoản ngân hàng là giấy tờ về tình trạng không cư trú. Đối với mục đích kiểm soát hối đoái, người cư trú là các cá nhân sống ở Tây Ban Nha, các công ty có văn phòng đăng ký tại Tây Ban Nha hoặc các chi nhánh/công ty con của các công ty nước ngoài hoặc của các cá nhân sống ở nước ngoài.

Để biết thêm chi tiết về các quy định kiểm soát hối đoái vào trang website: <http://www.investinspain.org/invest/en/-invest-in-spain/spain-profile/exchange-control-regulation/index.html>

## Chương 8: Một số vấn đề cần lưu ý khi làm kinh doanh tại Tây Ban Nha

### Tập quán kinh doanh

Người Tây Ban Nha có xu hướng trang trọng hơn trong quan hệ cá nhân so với người Mỹ, nhưng ít cứng nhắc hơn so với 10 năm trước. Thật sai lầm khi cho rằng kinh doanh ở Tây Ban Nha giống như kinh doanh ở Mexico và Mỹ Latinh; Ý hoặc Pháp sẽ là một sự so sánh tốt hơn. Một cái bắt tay là thông lệ khi bắt đầu và kết thúc cuộc họp kinh doanh, kèm theo một lời chào thích hợp. Trang phục chuyên nghiệp dự kiến: trang phục công sở là com lê và cà vạt, và phải có danh thiếp.

Người Tây Ban Nha mong đợi một mối quan hệ cá nhân với các nhà cung cấp; Không có gì thay thế cho các cuộc gặp trực tiếp với các đại diện doanh nghiệp Tây Ban Nha để thâm nhập thị trường này. Giao tiếp ban đầu bằng điện thoại hoặc fax kém hiệu quả hơn nhiều so với một cuộc họp cá nhân và các chiến dịch thư thường mang lại kết quả ít ỏi. Ít hơn 30 phần trăm các nhà quản lý địa phương thông thạo tiếng Anh.

Người Tây Ban Nha có xu hướng “bảo thủ” trong thói quen mua hàng. Những người mua lớn của chính phủ và khu vực tư nhân thường thoải mái hơn khi giao dịch với các tổ chức lớn, lâu đời khác hoặc với các công ty được công nhận là nhà lãnh đạo trong lĩnh vực của họ - các thương hiệu nổi tiếng đều hoạt động tốt.

### Văn hóa kinh doanh tại Tây Ban Nha

Phương thức kinh doanh ở Tây Ban Nha đang dần dần thay đổi. Ngày càng có nhiều công ty Tây Ban Nha được nhận vốn đầu tư nước ngoài và tiếp cận với kỹ thuật quản lý hiện đại. Nhưng bên cạnh đó, cũng còn nhiều khu công nghiệp và doanh nghiệp vẫn giữ nguyên cách làm ăn truyền thống. Bài viết dưới đây sẽ tập trung nhiều hơn và phương thức kinh doanh truyền thống nhằm giúp bạn xuất khẩu thành công sang thị trường này:

#### *Xây dựng mối quan hệ*

Xây dựng mối quan hệ cá nhân lâu dài và tin cậy rất quan trọng đối với người Tây Ban Nha, những người luôn muốn có một sự ràng buộc chắc chắn trước khi đi đến ký kết hợp đồng. Con người nơi đây luôn và chỉ muốn hợp tác với những đối tác mà họ biết, họ thích và họ tin tưởng. Để có được mối quan hệ lâu bền với họ, bạn phải tốn khá nhiều công sức và thời gian. Do vậy, chỉ khởi động vòng đàm phán sau khi đối tác tỏ thái độ hài lòng khi giao tiếp với bạn. Người Tây Ban Nha có xu hướng không tin vào đối tác không kiên nhẫn hoặc có động cơ không rõ ràng khi xây dựng mối quan hệ với họ.

Quan hệ kinh doanh là quan hệ cá nhân chứ không nhất thiết là quan hệ của hai doanh nghiệp. Kể cả khi bạn đã chiếm được lòng tin của đối tác thì chưa chắc họ đã tin tưởng vào những người khác ở công ty bạn. Vì thế việc mọi nhân viên trong doanh nghiệp bạn thống nhất quan điểm đóng vai trò rất quan trọng. Thậm chí việc thay đổi người giao dịch cũng khiến cho quá trình củng cố quan hệ giữa hai bên lại trở về số 0.

Thiết lập mối quan hệ cá nhân với những người khác ở Tây Ban Nha có thể tạo nên sức mạnh liên kết và rất cần thiết khi kinh doanh. Người mà bạn biết có thể sẽ giúp bạn được biết đến nhiều hơn. Cũng tương tự như vậy, việc đối tác nghĩ rằng bạn đáng tin cậy thì quan trọng hơn những trách nhiệm mà bạn phải làm. Quan hệ cá nhân phụ thuộc khá nhiều vào tình bạn bền vững cũng được hiểu là mỗi bên phải có trách nhiệm giúp đỡ lẫn nhau. Họ rất cởi mở và giúp đỡ bạn giải quyết những khó khăn mà không phải ai cũng giúp được. Vấn đề cốt yếu là bạn

phải có thái độ trung thực và chân thành với họ. Ngoài ra, nếu có một bên thứ ba đứng ra giới thiệu thì đó cũng là điểm thuận lợi để bạn rút ngắn thời gian quá trình xây dựng mối quan hệ làm ăn với đối tác Tây Ban Nha tiềm năng.

Mặc dù người Tây Ban Nha rất nhiệt tình và thân thiện nhưng họ cũng hay tự ái và thấy bị xúc phạm khi bị chỉ trích và lập tức bỏ buổi họp ra về. Giữ thể diện, tôn trọng danh dự và niềm tự hào của đối tác là yêu cầu cốt yếu khi kinh doanh tại Tây Ban Nha. Chỉ trích họ trước đám đông có thể gây ra những hậu quả xấu đối với vòng đàm phán. Vì thế, hãy luôn kiềm chế cảm xúc một cách khéo léo và tế nhị trong mọi trường hợp. Luôn giữ bình tĩnh và đừng để lộ sự không hài lòng của mình. Tránh những cuộc xung đột giữa hai bên và giữ thái độ lịch sự, nhã nhặn.

Trong văn hoá kinh doanh của Tây Ban Nha sự tôn trọng một người dựa trên tầng lớp và địa vị của người đó. Ngoài ra cũng được đánh giá qua: tính tự tin, tính điềm tĩnh, tính khiêm tốn và tính thân thiện.

### *Giao tiếp*

Ngôn ngữ chính thức Tiếng Castilian Tây Ban Nha (74%) ngoài ra còn có các ngôn ngữ khác là ngôn ngữ chính của từng vùng: Catalan (17%), Galician (7%), Basque (2%). Mặc dù những nhà kinh doanh ở Tây Ban Nha cũng có thể nói một chút tiếng Anh nhưng tốt nhất bạn nên thuê phiên dịch viên để tránh trường hợp đối tác hiểu nhầm là bạn không tin tưởng họ. Khi giao tiếp bằng tiếng Anh, hãy nói thật ngắn gọn, sử dụng những câu đơn giản và tránh dùng từ lóng hoặc từ quá kỹ thuật. Hãy nói với tốc độ vừa phải và dùng đúng ngữ pháp tiếng Anh, không nên nói một cách rời rạc, thường xuyên tóm tắt lại những ý chính và dùng lại một khoảng thời gian hợp lý cho phiên dịch. Người Tây Ban Nha rất ít khi thừa nhận rằng họ không hiểu một phần nào đó của cuộc nói chuyện. Thậm chí trong các cuộc họp sử dụng tiếng Anh là chủ yếu thì họ vẫn nói chuyện với nhau bằng ngôn ngữ bản xứ. Làm như vậy không có nghĩa bạn bị bỏ quên mà họ chỉ muốn tạo thêm sự thoải mái và thống nhất quan điểm trong nội bộ.

Cho dù không khí buổi họp có sôi nổi thế nào thì họ cũng không thích ồn ào và những hành vi náo nhiệt. Hãy nói chuyện một cách nhẹ nhàng khi mời đối tác ăn trưa và ăn tối tại các quán ăn hoặc nhà hàng. Tuy nhiên, việc ngắt lời người khác hoặc cùng nói một lúc lại được người Tây Ban Nha chấp nhận. Mọi người đứng nói chuyện thường cách nhau từ khoảng 2 đến 3 feet chứ không gần gũi như văn hoá của các nước Châu Mỹ Latin khác.

Giao tiếp ở Tây Ban Nha thường là gián tiếp. Người Tây Ban Nha rất cẩn thận trong lời nói và cách nói. Họ thường không đi thẳng ngay vào vấn đề. Họ luôn yêu cầu mọi thứ phải sắp xếp trước trong mọi trường hợp. Người Tây Ban Nha rất hiếm khi im lặng và thường sử dụng tín hiệu để diễn tả một vấn đề quan trọng. Bạn phải cố gắng hiểu được ẩn ý qua ánh mắt và những cử chỉ không lời của họ để hiểu thông tin họ muốn truyền đạt. Trong những tình huống khó, hãy tìm sự trợ giúp từ những người ở trong mạng lưới kinh doanh của bạn hoặc các phiên dịch viên. Lối tiếp cận gián tiếp có thể thực sự giúp ích cho bạn khi kinh doanh tại Tây Ban Nha nhất vì nếu đi vào vấn đề quá thẳng thừng sẽ khiến đối tác cho rằng bạn khiếm nhã và huênh hoang.

Cử chỉ và ngôn ngữ cơ thể tại Tây Ban Nha thường rất sống động. Những người Tây Ban Nha có thể không chỉ đứng rất sát bạn mà còn vỗ nhẹ vào tay hoặc vai khi trò chuyện với bạn. Khi bạn bắt gặp phải những cử chỉ này, nếu bạn tránh xa họ ra thì sẽ chỉ gây ra sự xúc phạm. Để chỉ một người hay một vật nào đó hãy dùng cả bàn tay chứ đừng dùng ngón tay. Giao tiếp bằng mắt cũng hay được sử dụng vì nó gây cho người khác sự chú ý, biểu lộ sự chân thành và từ đó có thể giúp xây dựng một mối quan hệ tin tưởng lẫn nhau. Người Tây Ban Nha thường

che giấu sự tức giận bằng nụ cười.

### *Liên hệ và gặp gỡ ban đầu*

Sử dụng một trung gian giới thiệu bạn với chính đối tác bạn đang muốn cộng tác sẽ là một lợi thế khi kinh doanh tại Tây Ban Nha. Người trung gian sẽ là cầu nối giúp giảm bớt những khác biệt về văn hóa và giao tiếp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp bạn kinh doanh hiệu quả hơn trong tương lai. Tuy nhiên, phải hết sức cẩn thận khi lựa chọn trung gian vì một khi bạn đã quyết thì việc chuyển sang sử dụng trung gian khác không phải là điều dễ dàng.

Người Tây Ban Nha thường đàm phán theo nhóm trong đó mỗi thành viên có trách nhiệm của riêng mình. Tránh thay đổi bất kỳ thành viên nào trong đội vì việc này có thể khiến cho quá trình đàm phán phải bắt đầu lại từ đầu.

Bạn cần phải lên lịch hẹn với đối tác càng sớm càng tốt. Tuy nhiên, nếu bạn đã từng hợp tác với họ một lần thì bạn có thể thông báo gấp trước một hai ngày. Người Tây Ban Nha luôn muốn biết về người họ sẽ gặp gỡ, nên trước khi buổi họp diễn ra, bạn phải cung cấp thông tin chi tiết về chức danh, vị trí và trách nhiệm của những thành viên tham dự của bên bạn cũng như những đề xuất và chương trình dự kiến của buổi họp. Họ cũng hy vọng một trong những thành viên của đội đàm phán là người có quyền đưa ra quyết định. Họ sẽ bố trí người có vị trí và chức vụ tương đương với trưởng nhóm đàm phán của công ty bạn. Mặc dù chương trình họp dự kiến đã được thông nhất trước nhưng không nhất thiết phải đi theo đúng các nội dung đó trong quá trình đàm phán.

Người Tây Ban Nha sắp xếp họ tên theo thứ tự như sau: đầu tiên là tên gọi sau đó là đến họ. Lưu ý một số người có thể có hai họ: một là họ bố và hai là họ mẹ. Nên sử dụng “Mr./Mrs./Miss” hoặc Señor/Señora/Señorita, cộng với họ bố – thường đứng ở vị trí đầu nếu tên người đó có hai họ. Nếu đối tác có chức danh về học vấn, như là Tiến sĩ (Doctor) hoặc Giáo sư (Professor) thì bạn gọi họ theo cách sau: chức danh học vấn + họ tên. Nếu nghe thấy một số người được gọi với chức danh Don hoặc Dona thì đó có nghĩa là người này rất được kính trọng. Ở Bắc Tây Ban Nha thì chỉ có những người bạn thân mới gọi nhau bằng tên. Ngược lại ở phía Nam, thì người dân lại khá thoải mái trong việc xưng hô. Giới thiệu hoặc chào hỏi người có vị trí cao nhất trước sau đó chào hỏi từng người một. Khi giới thiệu, bạn có thể bắt tay đối tác.

Việc trao đổi danh thiếp trong buổi gặp gỡ đầu tiên là rất cần thiết vì vậy, bạn nên mang nhiều danh thiếp khi đi gặp đối tác Tây Ban Nha. Danh thiếp nên có một mặt là tiếng Anh và mặt kia là tiếng Tây Ban Nha. Ghi rõ trình độ học vấn lên danh thiếp và đảm bảo mô tả rõ chức danh của bạn nhất là khi bạn là người có vai trò quyết định. Khi trao danh thiếp, nên để mặt tiếng Tây Ban Nha theo chiều người nhận có thể đọc được. Khi đưa danh thiếp, bạn nên cười và duy trì giao tiếp bằng mắt, sau đó dành một vài giây để đọc nội dung. Tiếp theo, đặt danh thiếp lên bàn trước mặt bạn.

Buổi họp thường mở đầu bằng những câu chuyện ngoài lề có thể là những câu hỏi về bản thân và gia đình để hai bên có thể bắt đầu làm quen. Bạn phải kiên nhẫn và để đối tác điều khiển tốc độ đàm phán. Các buổi họp đầu diễn ra khá trịnh trọng, nhưng khi hai bên đã hiểu nhau hơn thì diễn ra trong không khí khá thoải mái. Yếu tố hài hước được người Tây Ban Nha rất hoan nghênh miễn là đừng quá thông tục và nhạo báng. Không khí các buổi họp tại Tây Ban Nha thường khá nhộn nhạo, mọi người thường cắt ngang lời nhau và có thể có người trao đổi việc riêng.

Mục đích của buổi họp đầu tiên thậm chí cả buổi thứ hai chỉ là để hai bên hiểu thêm về nhau, tạo dựng lòng tin và xây dựng mối quan hệ. Cũng có thể bàn bạc thêm về hợp tác nhưng bạn đừng quá nóng vội và cố đi hết các nội dung đã có trong chương trình dự kiến. Ngoài ra, bạn khó có thể lấy được ý kiến cá nhân tại bàn đàm phán mà phải sử dụng những thủ thuật tế nhị và tận dụng các cơ hội để tiến hành trao đổi một-một hoặc được đối tác chấp nhận lời mời đi ăn.

Bạn nên có bài trình bày giới thiệu với đối tác nhưng phải thật đơn giản và không quá cầu kỳ trong thiết kế hình chiếu. Đảm bảo những đề nghị mà bạn đưa ra phải hợp lý và có hệ thống. Người Tây Ban Nha thích trao đổi trực tiếp hơn là trao đổi tài liệu nên tránh sử dụng quá nhiều biểu đồ, hình ảnh minh họa và những thuật ngữ phức tạp. Bạn không nhất thiết phải dịch tài liệu ra tiếng Tây Ban Nha nhưng nếu có thì nó sẽ giúp đối tác hiểu rõ hơn những thông điệp mà muốn trình bày.

### *Thời gian*

Giờ làm việc ở Tây Ban Nha thường từ 9 giờ sáng tới 6 giờ chiều, ngày làm việc từ thứ 2 tới thứ 6.

Mặc dù các buổi họp thường không diễn ra đúng giờ nhưng người Tây Ban Nha không muốn đối tác của họ đến muộn. Tránh đến muộn quá 10 đến 15 phút và nếu bị muộn thì nên báo trước với họ. Tuy nhiên, không nên biểu lộ sự tức giận nếu bạn phải chờ đợi.

Buổi họp thường bắt đầu bằng những câu chuyện ngoài lề. Các buổi họp đầu diễn ra khá trịnh trọng, nhưng khi hai bên đã hiểu nhau hơn thì diễn ra trong không khí khá thoải mái.

### *Phong cách làm việc*

Không khí các buổi họp tại Tây Ban Nha thường khá nhốn nháo, mọi người thường cắt ngang lời nhau và có thể có người trao đổi việc riêng. Mục đích của buổi họp đầu tiên thậm chí cả buổi thứ hai chỉ là để hai bên hiểu thêm về nhau, tạo dựng lòng tin và xây dựng mối quan hệ.

### *Tặng quà*

Theo phong tục, trước và sau buổi họp mọi người bắt tay nhau và chào hỏi niềm nở. Vào lần gặp gỡ đầu tiên không nên tặng quà cho người Tây Ban Nha mà nên tặng vào những lần gặp gỡ sau.

### *Cách xưng hô*

Tây Ban Nha sắp xếp họ tên theo thứ tự như sau: đầu tiên là tên gọi sau đó là đến họ. Ở Bắc Tây Ban Nha thì chỉ có những người bạn thân mới gọi nhau bằng tên. Ngược lại ở phía Nam, thì người dân lại khá thoải mái trong việc xưng hô.

### *Đàm phán*

- Quan điểm và phong cách

Mối quan hệ là yếu tố quan trọng tác động tới đàm phán kinh doanh tại Tây Ban Nha. Tuy nhiên, thỉnh thoảng người Tây Ban Nha lại có những thay đổi bất chợt. Xét về mặt lý thuyết, người mua luôn đứng ở vị trí thuận lợi trên bàn đàm phán. Nhưng với người Tây Ban Nha, điều đó không phải luôn đúng – mà theo họ, cả hai bên đều phải có trách nhiệm để đi đến thỏa thuận chung cuối cùng. Họ mong chờ những cam kết mang tính dài hạn từ phía đối tác và chú trọng chủ yếu vào lợi ích lâu dài. Mặc dù phong cách đàm phán ban đầu mang tính cạnh tranh, nhưng họ vẫn coi trọng mối quan hệ lâu dài và hy vọng một kết quả có lợi cho cả đôi bên. Người Tây Ban Nha quan niệm những đề nghị được đưa ra đều dựa trên lợi ích của các bên

trong vòng đàm phán, nhưng không có nghĩa các bên sẽ cố gắng dành được những lợi thế bằng bất kỳ giá nào. Chính vì thế, bạn hãy cố gắng duy trì đừng để xung đột xảy ra giữa hai bên trong suốt quá trình thương lượng và thực hiện theo hướng tiếp cận đôi bên cùng có lợi (win-win approach). Theo cách này, bạn sẽ giành được sự tôn trọng của đối tác và vì thế họ sẽ cư xử với thái độ nhã nhặn và chân thành.

Nếu có tranh cãi trong bất kỳ giai đoạn nào của quá trình đàm phán, bạn phải cố gắng tìm ra giải pháp bằng cách phân tích nguyên nhân và thực tế sao cho thật lô-gích nhưng vẫn giữ được thái độ cởi mở và hợp tác. Hãy đề nghị đối tác đưa ra những khả năng khác. Nếu không còn cách nào khác, bạn hãy đề nghị đối tác cho một buổi hẹn giữa những thành viên đứng đầu của hai bên để cùng nhau giải quyết vướng mắc.

#### - Chia sẻ thông tin

Ngay cả khi bạn đã gây dựng được mối quan hệ cá nhân khá thân thiện thì người Tây Ban Nha cũng không bao giờ cởi mở trong việc chia sẻ thông tin. Một số người cho rằng nắm giữ càng nhiều thông tin đồng nghĩa với việc có nhiều lợi thế hơn khi đàm phán.

#### - Tốc độ đàm phán

Tương đối chậm và kéo dài. Người Tây Ban Nha thường không vội vã và cũng không thích người nào như vậy. Để đạt được mục tiêu cuối cùng, bạn có thể phải đi lại khá nhiều lần. Các công việc như xây dựng mối quan hệ, thu thập thông tin, thương lượng và đưa ra quyết định cuối cùng đòi hỏi khá nhiều thời gian. Mọi cố gắng đẩy nhanh quá trình này đều không mang lại kết quả tốt mà thậm chí còn khiến cho đối tác cảm thấy khó chịu. Trong suốt quá trình đàm phán hãy kiên nhẫn, kìm nén cảm xúc và biết chấp nhận những trì hoãn phát sinh.

Người Tây Ban Nha thường thích phong cách làm nhiều việc cùng một lúc. Họ có thói quen cùng một lúc theo đuổi nhiều mục tiêu và nhiều hạng mục công việc. Trong quá trình đàm phán, họ thường bàn bạc các vấn đề không theo trật tự đã định trước mà thường quay đi quay lại một số vấn đề đã được thống nhất. Nếu bạn thuộc tuýp người “giờ nào việc nấy” thì cũng đừng thấy thế mà bực mình và phàn nàn. Thay vào đó, luôn theo dõi toàn bộ quá trình thương lượng và thường xuyên tập trung vào các mục mà đối tác có vẻ sẽ đồng thuận với bạn.

Nếu đối tác Tây Ban Nha tự dưng giảm tốc độ đàm phán, hãy đánh giá một cách thật cẩn trọng xem họ muốn thêm thời gian để tìm hiểu thông tin hay họ không muốn làm ăn với bạn. Thông thường thì đây có thể là một thủ thuật với mục đích buộc bạn phải giảm giá đơn hàng. Lại một lần nữa, khi gặp trường hợp này, hãy bình tĩnh và kiên định với quan điểm của mình.

#### - Thương lượng

Hầu hết người Tây Ban Nha thường thích thương lượng và mặc cả. Nếu bạn không nhiệt tình tham gia sẽ khiến họ nghi ngờ hoặc thấy bị xúc phạm. Tuy nhiên, người Tây Ban Nha thường quan tâm đến kết quả chung chứ không thích thương lượng vào từng điểm nhỏ. Một số người coi trọng thỏa thuận hợp tác cuối cùng, sau đó họ mới quan tâm bàn bạc chi tiết các vấn đề.

Giá khởi điểm so với giá lúc ký kết hợp đồng thường chênh nhau khoảng 40%. Bạn nên lường trước những mức giá đối tác có thể đưa ra và chuẩn bị những mức giá mà mình có thể đáp ứng được. Tuy nhiên, không phải lúc nào đối tác Tây Ban Nha cũng chịu nhượng bộ và chấp nhận giá chào hàng mà bạn đưa ra. Nếu đối tác không đồng ý và tranh cãi, bạn nên giữ thái độ điềm tĩnh và kính trọng, tránh đối đầu. Nếu cần hãy biểu lộ mong muốn thỏa thuận lại theo cách khác sao cho có lợi cho cả đôi bên. Tuy nhiên, bạn đừng bao giờ thừa nhận những lỗi mà mình không gây ra vì nó có thể ảnh hưởng đến hình ảnh của công ty bạn. Sau khi bạn nhân nhượng, hãy đề nghị đối tác có hành động đáp trả. Bạn có thể đưa ra lý lẽ có lợi cho mình ví dụ sẽ chấp

nhận giảm giá với điều kiện đối tác phải chấp nhận những điều khoản hai bên đã thống nhất từ trước.

Một số người Tây Ban Nha thích phong cách đàm phán đi thẳng vào vấn đề. Số khác lại thích sử dụng những thủ thuật đánh lừa đối phương, nói dối, gửi thông điệp không chính xác, giả vờ không quan tâm đến cuộc đàm phán hay mức giá chiết khấu, không miêu tả rõ giá trị hàng hóa hay yêu cầu sai lệch. Những tuýp người này còn có thể sử dụng những chiêu thức khác nhằm đánh lừa bạn để đạt được những lợi thế khi thương lượng. Ngay cả khi bạn thấy rõ ràng thông tin mà đối tác đưa ra là sai rành rành thì bạn cũng đừng nên mắng nhiếc hoặc thậm chí tế nhị nhắc nhở là họ đang nói sai sự thật. Bạn có thể kiểm tra thông tin mà đối tác cung cấp qua nhiều kênh khác. Sử dụng một bên thứ ba là thủ thuật đàm phán ít được sử dụng tại Tây Ban Nha, mặc dù đây là biện pháp có lợi cho cả đôi bên trên bàn đàm phán. Tuy nhiên, đừng lấy bên thứ ba đó ra để ép đối tác vì họ sẽ không chấp nhận bất kỳ một đại diện nào mà bạn lựa chọn trong các vòng đàm phán tiếp theo. Giới doanh nhân Tây Ban Nha rất coi trọng bản thân nên họ hiếm khi thừa nhận rằng họ phụ thuộc vào ai đó cho dù sự thật có là như vậy.

Đối tác Tây Ban Nha có thể sử dụng các biện pháp đàm phán gây sức ép như: yêu cầu bạn hẹn ngày đưa ra quyết định, hoặc chần chừ không trả lời. Quyết định cuối cùng được đưa ra nhiều hơn một lần và không biết đâu là chính thức. Bạn nên cẩn thận khi sử dụng các thủ thuật như mở đầu vòng đàm phán với những lời đề nghị hấp dẫn nhất, biểu lộ sự không khoan nhượng, đưa ra áp lực về thời gian, hoặc đưa ra đơn chào hàng có hiệu lực ngắn... Một số đối tác Tây Ban Nha coi đây là những hành động không thỏa đáng hoặc thậm chí có mục đích làm mất mặt họ. Im lặng là cách biểu lộ sự không đồng ý hiệu quả nhất khi đàm phán với người Tây Ban Nha.

Các nhà đàm phán Tây Ban Nha thường cố tránh mở đầu bằng thái độ công kích hoặc đối kháng. Khi họ muốn biểu lộ sự đe dọa hoặc cảnh báo họ cũng rất cẩn thận và tế nhị. Mở đầu với thái độ cực đoan rất ít khi xảy ra vì nó sẽ có tác động xấu tới quan hệ của hai bên, nên bạn phải thật cẩn thận khi sử dụng các thủ thuật đàm phán này.

Một số thủ thuật đàm phán khác như: làm bạn thấy có lỗi, nhấn nhó hay tận dụng mối quan hệ cá nhân... cũng thường xuyên được sử dụng. Nếu bạn áp dụng bất kỳ thủ thuật nào trên đây, hãy giữ chúng ở mức vừa đủ để tránh cho đối tác bị mất mặt. Trong mọi trường hợp, các thủ thuật đàm phán mang tính phòng vệ như phản đối hoặc thay đổi chủ đề, những câu hỏi quá thẳng, hoặc hứa hẹn nhiều lần cũng có thể được sử dụng.

Lưu ý rằng các thủ thuật đàm phán như đề nghị bằng văn bản hoặc nỗ lực muốn giới thiệu những điều khoản và điều kiện bằng văn bản hiếm khi thành công tại Tây Ban Nha. Trong hầu hết trường hợp, doanh nhân Tây Ban Nha thường phớt lờ hoặc phản đối những thủ thuật này và yêu cầu cả hai bên phải thảo luận và đàm phán từng khía cạnh một.

Nạn tham nhũng và hối lộ rất hiếm khi thấy tại Tây Ban Nha. Vì thế, bạn nên tránh tặng quà có giá trị hoặc đưa ra những lời đề nghị dễ bị hiểu lầm là mua chuộc.

## **Một số điều cần biết khi kinh doanh với Tây Ban Nha**

### **1. Các qui định về xuất nhập khẩu**

#### **1.1. Chứng từ nhập khẩu**

Nhà xuất khẩu 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

### **Giấy phép nhập khẩu**

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 (Autorizacion 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 hứng từ đặc biệt nào khác để thông quan.

## 1.2. Những mặt hàng cấm 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 lõi 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 thủy ngân dùng cho mục đích kinh doanh
- Các loại hooc-môn 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 số xổ 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
- Những hàng hóa có thể gây hại cho thiết bị, người và các hàng hóa khác
- Những hàng hóa đòi hỏi giấy phép đặc biệt và giấy phép vận tải, xuất nhập khẩu - Những hàng hóa mà người gửi, xuất hoặc nhập khẩu đã bị cấm theo các quy định và luật
- Những hàng hóa nguy hiểm
- Những thùng hàng, gói hàng ướt, rò rỉ hoặc bốc mùi Ngoài ra còn một số các mặt hàng bị cấm nhập khẩu khác nữa.

## 1.3. 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 cũng 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, sử dụng, nhãn mác... Nhà xuất khẩu phải đảm bảo chắc chắn rằng nhà nhập khẩu Tây Ban Nha đã cung cấp đủ thông tin cần thiết để: (1) cho phép đưa ra các thông tin cần thiết liên quan tới nhãn mác, bao bì..., (2) đảm bảo rằng nhà nhập khẩu đã thu xếp để nhập hàng vào Tây Ban Nha.

#### 1.4. Tạm nhập

Hệ thống tái xuất khẩu Tây Ban Nha được quy định bởi Đạo luật ngày 24/7/1987 và phù hợp với các quy định của EU. Các thắc mắc về tái xuất khẩu phải được gửi thẳng tới giám đốc cục Hải quan ở cảng. Tái xuất khẩu hàng hóa từ Tây Ban Nha phải tuân theo các thủ tục giống như khi xuất khẩu hàng hóa Tây Ban Nha.

Có 4 quy định về tạm nhập - tái xuất hàng hóa ở Tây Ban Nha:

- Tạm nhập: Các hàng hóa được phép nhập khẩu trong thời gian nhất định thông qua một ATA (Temporary Admission - chứng từ hải quan quốc tế đối với việc nhập khẩu miễn thuế tạm thời). Cần phải nộp cho Hải quan một dạng trái phiếu có giá trị tương đương với thuế, coi như sự bảo đảm về tiền, và sẽ được hoàn trả khi hàng đã rời khỏi đất nước.
- Chứng nhận tạm thời: Hàng hóa tạm nhập cần phải có chứng nhận trước của Văn phòng chính phủ về Thương mại. Thủ tục về tạm nhập này được áp dụng tương tự với việc tái xuất khẩu.
- Hàng hóa thay thế: Sau năm thứ 2 hoạt động, các công ty nước ngoài có thể yêu cầu được tạm nhập các trang thiết bị, máy móc để thay thế các thiết bị sử dụng ban đầu đã hết khấu hao sử dụng. Việc tạm nhập này phải xin chứng nhận từ Văn phòng chính phủ về Thương mại, và phải trả cho Hải quan một khoản chi phí bồi thường. Việc hủy các thiết bị cũ phải do Hải quan giám sát và không phải chịu thuế nhưng đòi hỏi thêm các chứng từ phụ.
- Khấu trừ: Việc đóng thuế và nộp danh sách sản phẩm được tái xuất trong tương lai diễn ra đồng thời. Sau đó, tiền thuế sẽ được khấu trừ khi hàng tái xuất khỏi cửa khẩu. Thủ tục này cũng cần phải có chứng nhận từ trước của Văn phòng chính phủ về Thương mại.

Các công ty nên sử dụng giấy phép tạm thời (ATA) để nhập khẩu hàng hóa vào Tây Ban Nha mà không phải chịu thuế hay kí kết giao kèo gì cả. Giấy phép tạm thời ATA phải được trình diện trước nhà chức trách hải quan bất cứ khi nào đến hoặc rời đất nước. Đồ tiêu dùng và các hàng mẫu hạ giá không cần đến ATA.

Giấy phép tạm thời ATA được dùng chủ yếu với các hàng mẫu thương mại, công cụ kinh doanh, tài liệu quảng cáo hoặc các thiết bị quay phim, nghe nhìn, y học, khoa học hay các thiết bị chuyên ngành khác nếu chúng chỉ nhập khẩu trong thời hạn dưới 1 năm. Ưu điểm của giấy phép tạm thời ATA là giúp các nhà xuất khẩu tránh các hình thức khai báo hải quan bình thường.

Giấy phép tạm thời ATA cũng bảo đảm về tài chính cho các cán bộ hải quan để phòng trường hợp hàng không được tái xuất thì phải trả lại thuế. Một trái phiếu giá trị tương đương với thuế sẽ được thanh toán.

#### 1.5. Nhập khẩu hàng mẫu và tài liệu quảng cáo

Tài liệu quảng cáo, catalogue, bảng giá và các sản phẩm in tương tự được miễn thuế. Các doanh nghiệp khi mang hàng mẫu thương mại vào Tây Ban Nha cần chuẩn bị một lá thư giới thiệu của chủ doanh nghiệp nhằm xác nhận hàng mẫu và không dùng để bán, và phải được Lãnh sự Tây Ban Nha gần nhất chứng nhận.

## 2. Chính sách thuế và thuế suất

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.

### 2.1. Thuế nhập khẩu

Thuế suất thuế nhập khẩu chia làm 2 loại: Thuế suất Tối huệ quốc (MFN) và 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 ô tô, 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.

### 2.2. 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.

- Kể từ ngày 20 tháng 12 năm 2014, một số quy định về thuế GTGT cũng được sửa đổi áp dụng cho các công ty đăng ký tham gia vào một nhóm VAT. Điều này cho phép các công ty trong nhóm này không bị tính thuế VAT cho các giao dịch nội bộ, và chỉ đánh thuế 1 lần cho tất cả các công ty trong nhóm này.

Ngoài ra Chính phủ Tây Ban Nha còn cho phép các công ty hoãn nộp thuế cho đến kỳ kê khai thuế GTGT của tháng sau. Thông tin chi tiết có tại <http://www.spainaccountants.com/ct.html>

### 2.3. 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.

#### 2.4. 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 tùy 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 Ủy 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.

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.

### 3. Quy định về bao gói, nhãn mác

Cấm nhập khẩu hàng hóa không tuân theo các quy định về nhãn mác của Tây Ban Nha.

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 mác của người nhận hàng và mác của cảng 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, macgarin, sôcôla, café, 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 tấm lớp nhập khẩu (ngoại trừ loại lớp 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 ô tô 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.

#### **4. Quy định về kiểm dịch động thực vật**

- 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 ký 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.

## 5. Quyền sở hữu trí tuệ

Trong những năm gần đây, các đạo luật về sở hữu trí tuệ của Tây Ban Nha đã được cải tiến nhiều để phù hợp với nguyện vọng của cộng đồng và khuynh hướng chung của thế giới. Đồng thời giúp cho các cá nhân, doanh nghiệp bảo vệ phát minh, sáng chế tốt hơn. Thay đổi lớn nhất là về vấn đề bảo vệ thương hiệu, các kiểu mẫu công nghiệp, giống cây trồng và công nghệ sinh học. Mỗi đạo luật điều chỉnh một lĩnh vực nhất định.

### Luật về Thương hiệu

Luật Thương hiệu Tây Ban Nha số 17/2001 ngày 7/12/2001 bảo hộ thương hiệu và nhãn hiệu hàng hóa, thời hạn bảo hộ là 10 năm kể từ ngày đăng ký có hiệu lực.

Luật Thương hiệu cũng quy định trách nhiệm của những kẻ vi phạm, bao gồm phải trả cho chủ thương hiệu ít nhất 1% tổng lợi nhuận thu được, chưa kể phải bồi thường các tổn thất gây ra do việc sử dụng trái phép thương hiệu đã đăng ký.

### Luật về Bằng sáng chế

Luật về Bằng sáng chế của Tây Ban Nha số 11/1986 ra ngày 20/3/1986 quy định việc bảo hộ đối với bằng sáng chế và cải tiến kỹ thuật. Bằng sáng chế được bảo hộ 20 năm kể từ ngày đăng ký có hiệu lực, nhưng cải tiến kỹ thuật chỉ có thời hạn 10 năm.

### Luật về bảo hộ kiểu mẫu công nghiệp

Luật về Kiểu mẫu công nghiệp mới số 20/2003 ra ngày 7/7/2003 dựa trên Nghị định số 98/71/EC đã ban hành. Một kiểu mẫu công nghiệp đã đăng ký bản quyền ở Tây Ban Nha sẽ được bảo hộ trong 5 năm kể từ ngày hiệu lực, và có thể được gia hạn 5 năm một lần trong tổng số thời hạn 25 năm kể từ ngày đăng ký.

## 6. Khu thương mại tự do

Khu thương mại tự do là nơi diễn ra việc sản xuất, xử lý, phân loại, đóng gói, trưng bày, bán hàng mẫu và các hoạt động thương mại khác mà không phải chịu bất cứ loại thuế nào của Tây Ban Nha. Ở Tây Ban Nha có nhiều khu thương mại tự do cả trên đất liền và ngoài đảo, hầu hết là ở các sân bay và bến cảng.

Những khu thương mại tự do lớn nhất là: Barcelona, Cadiz, và Vigo. Ngoài ra, có một số khu thương mại tự do đặc biệt như: quần đảo alearic, quần đảo Canary và một khu thương mại tự do ở phía Bắc Châu Phi giữa 2 vùng Ceuta và Melilla.

Các khu thương mại có diện tích khác nhau, từ quy mô của một kho hàng nhỏ đến khu rộng lớn đo bằng km<sup>2</sup>. Quy định hải quan Tây Ban Nha cho phép các công ty có khu thương mại tự do riêng của mình miễn là họ phải trả thuế đối với các mặt hàng tiêu dùng nhập khẩu.

## 7. Qui định về tiêu chuẩn hàng hoá, dịch vụ

Những qui định của Tây Ban Nha tuân theo những tiêu chuẩn chung của EU. Những sản phẩm nào đáp ứng được tiêu chuẩn và những yêu cầu chứng nhận của bất kỳ nước EU nào

thường đều có thể được nhập khẩu hay bán ở Tây Ban Nha.

Tuy không bắt buộc, những hàng hoá chứng nhận tiêu chuẩn ISO 9000 cũng như các tiêu chuẩn tương đương khác của EU sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn.

Ngoài ra, Tây Ban Nha cũng có chứng nhận riêng cho một số sản phẩm cụ thể. Hiệp hội chứng nhận tiêu chuẩn Tây Ban Nha chịu trách nhiệm đưa ra những tiêu chuẩn và các chương trình chứng nhận tiêu chuẩn. Hàng năm Chính phủ Tây Ban Nha công bố danh sách những cơ quan được phép kiểm tra và những nhận về những tiêu chuẩn này.

## 8. Thành lập doanh nghiệp

Có nhiều cách để bắt đầu kinh doanh ở Tây Ban Nha:

- Ký hợp đồng phân phối
- Hoạt động thông qua hệ thống đại lý
- Liên doanh với 1 hoặc một số công ty Tây Ban Nha
- Thành lập công ty

Trước khi bắt đầu hoạt động, các doanh nghiệp phải hoàn thành các thủ tục đăng ký kinh doanh theo những bước cần thiết:

- Đăng ký tên công ty bằng cách xin giấy chứng nhận từ Trung tâm Đăng ký Thương mại (Registro Mercantil Central)
- Đăng ký xin C.I.F (mã số xác định thuế của công ty)
- Gửi tiền vốn vào tài khoản ngân hàng dưới tên của công ty, mức vốn tối thiểu là 3.005,06 Euro
- Hoàn thành văn bản pháp lý để thành lập công ty.
- Trả thuế chuyển dời cho địa phương nơi công ty mở. Số tiền bằng 1% số vốn.
- Đăng ký thành lập công ty
- Sau khi có thông báo chính thức đồng ý việc thành lập, công ty bắt đầu được đi vào hoạt động.

Ngoài ra sau đó, công ty phải tiếp tục hoàn thành các thủ tục khác liên quan đến thuế, về thủ tục đầu tư từ nước ngoài...

### Địa chỉ hữu ích

#### Đại sứ quán Tây Ban Nha tại Việt Nam

Địa chỉ: tầng 15, Trung tâm thương mại Daeha, 360 Kim Mã, quận Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 84.24.771 52 07 - 771 52 08 - 771 52 09

Fax: 84.24.771 52 06

Email: [embespn@mail.mae.es](mailto:embespn@mail.mae.es)

#### Chi nhánh của Tây Ban Nha về hợp tác quốc tế ở Việt Nam

Địa chỉ: tầng 15, Trung tâm thương mại Daeha, 360 Kim Mã, quận Ba Đình, Hà Nội

Điện thoại: 84.24.771 52 07 - 771 52 08

Email: [aeci.vietnam@fpt.vn](mailto:aeci.vietnam@fpt.vn)

**Đại sứ quán Việt Nam tại Tây Ban Nha**

Địa chỉ: C/ Arturo Soria 201, 1-AyB 28043 - thành phố Madrid, Tây Ban Nha

Điện thoại: (3491) 510 2867 (3491) 415 7067

Email: [claudiomes@yahoo.com](mailto:claudiomes@yahoo.com)

Thông tin chung về Tây Ban Nha

<http://www.donquijote.org/culture/spain/history/>

<http://www.justspain.org/spain/media.asp>

<http://www.mapsofworld.com/spain/spain-transportation/index.html>

[http://encarta.msn.com/encyclopedia\\_761575057\\_3/Spain.html](http://encarta.msn.com/encyclopedia_761575057_3/Spain.html)

Thông tin về kinh tế, thương mại:

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sp.html>

<http://countrystudies.us/spain/62.htm>

[http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP\\_EP\\_CI.aspx?RP=724&YR=2006](http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_EP_CI.aspx?RP=724&YR=2006)

[http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP\\_IP\\_CI.aspx?RP=724&YR=2006](http://www.intracen.org/appli1/TradeCom/TP_IP_CI.aspx?RP=724&YR=2006)

<http://www.emporikitrade.com/uk/countries-trading-profiles/spain/economic-indicators/>

<http://www.sispain.org/english/economy/>

<http://www.economist.com/COUNTRIES/Spain/profile.cfm?folder=Profile-Economic%20Data>

<http://www.bde.es/informes/be/infanu/2007/cap1e.pdf>

Đầu tư và kinh doanh tại Tây Ban Nha:

<http://www.spainlawyer.com/guialegal/guialegal.cfm?IDCAPITULO=09030000>

[http://www.ottawaregion.com/media\\_lib/Doing\\_Business\\_Archive\\_Presentations/Doing\\_Business\\_in\\_Spain\\_Legal\\_Environment.pdf](http://www.ottawaregion.com/media_lib/Doing_Business_Archive_Presentations/Doing_Business_in_Spain_Legal_Environment.pdf)

[http://www.interes.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5322992\\_5325152\\_5335352\\_0,00.html](http://www.interes.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5322992_5325152_5335352_0,00.html)

<http://www.escapeartist.com/spain4/spain4.htm>

Quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Tây Ban Nha

[http://www.mofa.gov.vn/vi/cn\\_vakv/euro/nr040819111831/ns070628102812](http://www.mofa.gov.vn/vi/cn_vakv/euro/nr040819111831/ns070628102812)

<http://vietnamnews.vnagency.com.vn/>

Thủ tục hải quan, thuế và các qui định nhập khẩu:

[www.mfa.go.th/internet/document/1180.pdf](http://www.mfa.go.th/internet/document/1180.pdf)

<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/inimr-ri.nsf/en/gr118438e.html>

[http://www.euromonitor.com/Packaging\\_in\\_Spain](http://www.euromonitor.com/Packaging_in_Spain)

**Tài liệu tham khảo**

- [http://www.la-moncloa.es/docs/pdfs/SpainToday/ESP07\\_ING\\_04.pdf](http://www.la-moncloa.es/docs/pdfs/SpainToday/ESP07_ING_04.pdf)



- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sp.html>
- <http://countrystudies.us/spain/62.htm>
- [www.mfa.go.th/internet/document/1180.pdf](http://www.mfa.go.th/internet/document/1180.pdf)
- Cục Đầu tư nước ngoài - Bộ Kế hoạch và Đầu tư: [www.fia.mpi.gov.vn](http://www.fia.mpi.gov.vn)
- Thông tin về quan hệ ngoại giao Việt Nam - Tây Ban Nha trên website của Bộ Ngoại giao Việt Nam ([www.mofa.gov.vn](http://www.mofa.gov.vn)).
- Số liệu thống kê xuất nhập khẩu của Việt Nam với Tây Ban Nha của [www.trademap.org](http://www.trademap.org)
- Trang web của Cục Xúc tiến thương mại: [www.vietrade.gov.vn](http://www.vietrade.gov.vn)
- Trang web của Bộ Công Thương: [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)