

FICHA PAÍS/MERCADO:

TAILANDIA

Fecha: Mayo 2018



**INTER
PORC
SPAIN**

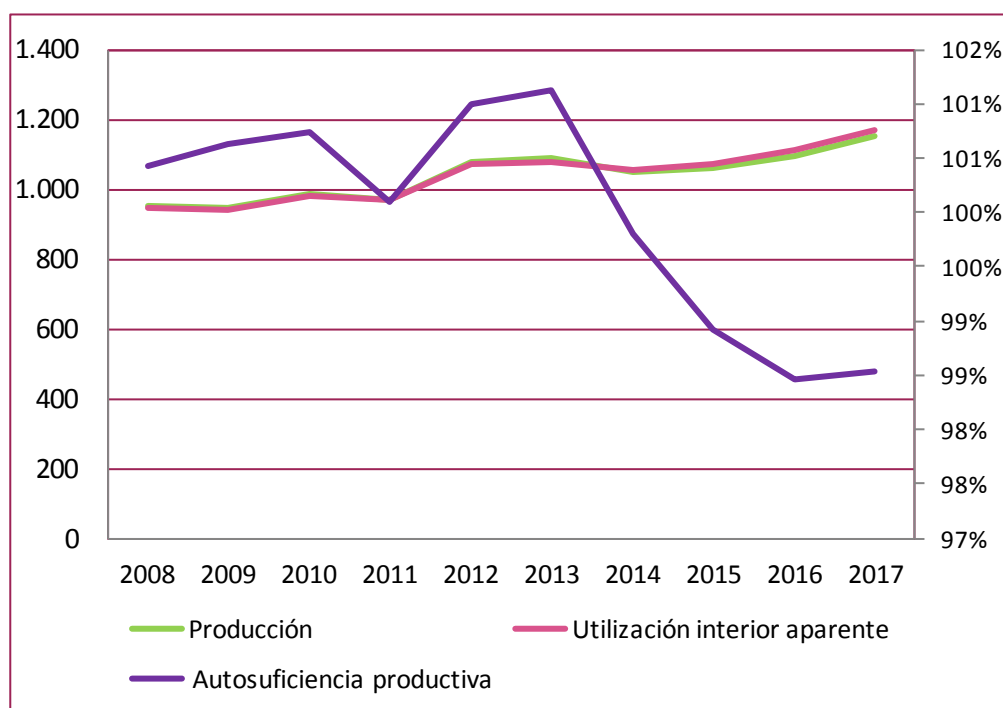
1. CARACTERIZACIÓN DEL PAÍS/MERCADO

CARACTERIZACIÓN DEL PAÍS/MERCADO	
Superficie geográfica	513.120 km2
Población	68,86 Millones habitantes
Densidad poblacional	134 hab/km2
Capital	Bangkok (8,25 Millones hab.)
Idioma oficial	Tailandés
Moneda	Bähts (1 euro = 38,81 THB)
Tasa de natalidad	10,33 ‰
Esperanza de vida	75,30 años
IDH	Puesto 88 mundial
Doing Business	Puesto 26 mundial
PIB	367.814 Millones de euros
% Agricultura	9,1%
% Industria	35,7%
% Servicios	55,2%
Δ PIB	3,0%
Renta per cápita	5.341 euros/hab/año
Deuda pública (% s/PIB)	46,20%
IPC general	1,60%
IVA general	7% (35% máximo)
Coste del dinero	1,50%
Tasa de paro	0,90%
Salario mínimo interprofesional	193,3
Exportaciones totales	209.520 Millones de euros
Importaciones totales	197.188 Millones de euros
Saldo comercial	12.332 Millones de euros
Rating (Moody's/S&P/FITCH)	Baa1/BBB+/BBB+
<i>Fuente: INTERPORC a partir de ICEX y Ministerio de Exteriores</i>	

2. PRODUCCIÓN, CONSUMO Y AUTOABASTECIMIENTO DE CARNE Y PRODUCTOS DEL PORCINO

AÑOS	Producción	Utilización interior aparente	Autosuficiencia productiva
	(Miles Tm)	(Miles Tm/año)	(%)
2008	950	946	100,42%
2009	945	939	100,62%
2010	985	978	100,74%
2011	970	969	100,09%
2012	1.080	1.069	101,00%
2013	1.090	1.078	101,13%
2014	1.050	1.052	99,80%
2015	1.060	1.072	98,92%
2016	1.092	1.109	98,46%
2017 (*)	1.150	1.167	98,53%
Δ 2017/2008 (%)	21,05%	23,38%	-1,89%

(*) El valor de producción en 2017 es estimado)
Fuente: INTERPORC a partir de OAE (Tailandia)

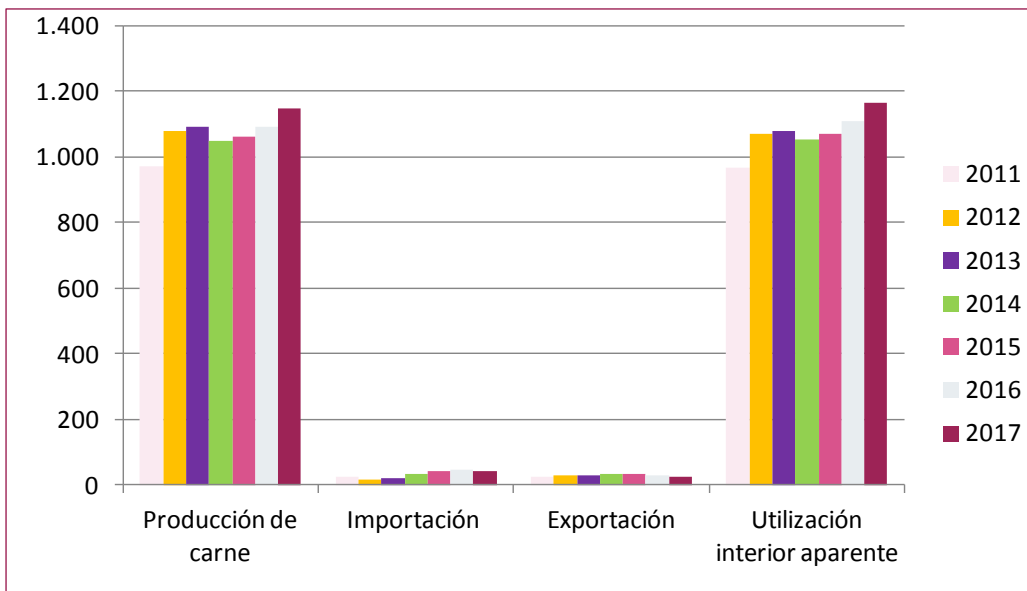


2.1. BALANCE DE AUTOABASTECIMIENTO

Años	Producción de carne	Importación	Exportación	Utilización interior aparente
	(Miles Toneladas)	(Miles Toneladas)	(Miles Toneladas)	(Miles Toneladas)
2008	950	11,84	15,83	946
2009	945	11,68	17,54	939
2010	985	11,68	18,89	978
2011	970	23,88	24,73	969
2012	1.080	18,51	29,15	1.069
2013	1.090	19,14	31,32	1.078
2014	1.050	35,07	32,97	1.052
2015	1.060	43,63	32,07	1.072
2016	1.092	48,30	31,23	1.109
2017 (*)	1.150	43,48	26,32	1.167
Δ 2017/2008 (%)	21,05%	267,28%	66,28%	23,38%

(*) El valor de producción en 2017 es estimado)

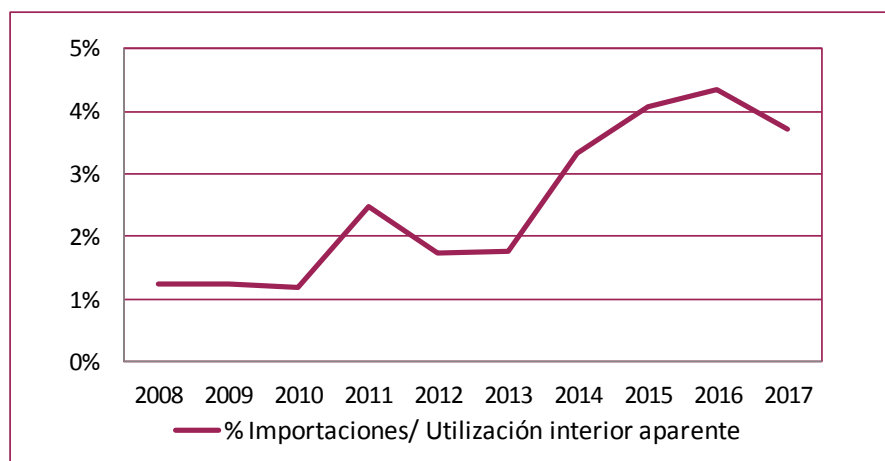
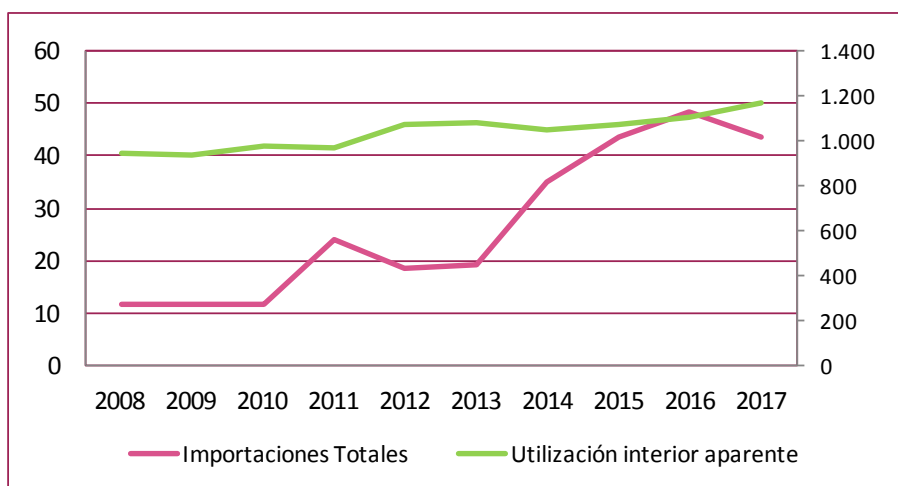
Fuente: INTERPORC a partir de USDA y Global Trade Atlas



3. IMPORTACIONES DE CARNE Y PRODUCTOS DEL PORCINO DEL PAÍS/MERCADO

AÑOS	Importaciones Totales	Utilización interior aparente	% Importaciones/ Utilización interior aparente
	(Miles toneladas)	(Miles Tm/año)	(%)
2008	11,84	946	1,25%
2009	11,68	939	1,24%
2010	11,68	978	1,19%
2011	23,88	969	2,46%
2012	18,51	1.069	1,73%
2013	19,14	1.078	1,78%
2014	35,07	1.052	3,33%
2015	43,63	1.072	4,07%
2016	48,30	1.109	4,35%
2017	43,48	1.167	3,72%
Δ 2017/2008 (%)	267,28%	-98,19%	197,69%

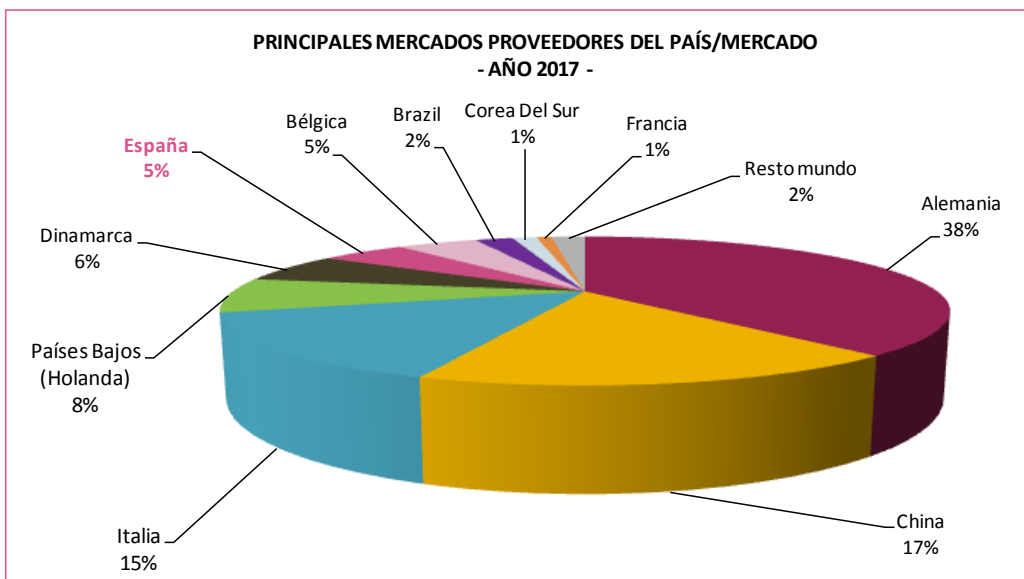
Fuente: INTERPORC a partir de Global Trade Atlas (GTA)



4. PRINCIPALES PROVEEDORES DE CARNE Y PRODUCTOS DEL PORCINO DEL PAÍS/MERCADO

AÑO 2017		Importaciones en Volumen	% País proveedor s/Total Importaciones
PRINCIPALES MERCADOS PROVEEDORES		(Toneladas)	(En volúmen)
1.	Alemania	16.718	38,45%
2.	China	7.520	17,30%
3.	Italia	6.379	14,67%
4.	Países Bajos (Holanda)	3.271	7,52%
5.	Dinamarca	2.723	6,26%
6.	España	2.120	4,88%
7.	Bélgica	1.999	4,60%
8.	Brazil	933	2,15%
9.	Corea Del Sur	602	1,38%
10.	Francia	375	0,86%
Total 10 principales mercados		42.640	98,08%
Resto mundo		835	1,92%
TOTAL IMPORTACIONES		43.475	100,00%

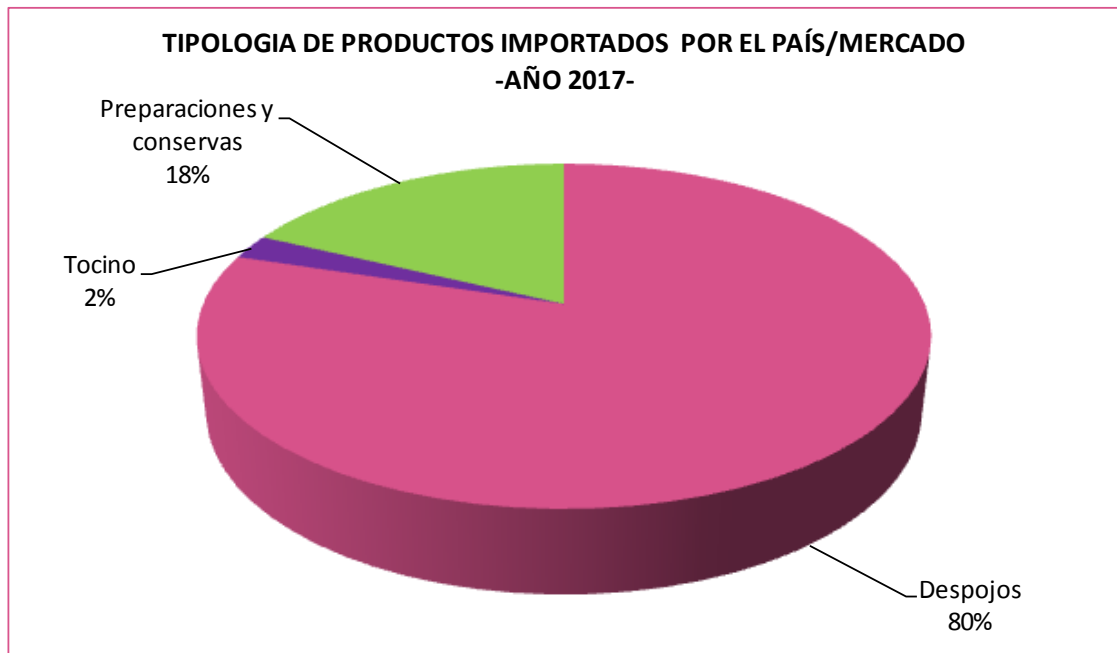
Fuente: INTERPORC a partir de Global Trade Atlas (GTA)



5. TIPOLOGÍAS DE PRODUCTOS IMPORTADOS POR EL PAÍS/MERCADO

PARTIDA ARANCELARIA/TIPOLOGÍAS DE PRODUCTOS	Importaciones en valor	Importaciones en volumen	% Productos s/ Total importaciones
AÑO 2017	(Miles de €)	(Toneladas)	(en volumen)
Animales vivos (0103)			0,0%
Carnes frescas, refrigeradas o congeladas (0203)			0,0%
Despojos (020630+020641+020649)	19.237	34.139	78,5%
Tocino (020910)	486	989	2,3%
Jamones y paletas curados (021011+020119)	1.778	340	0,8%
Jamones y paletas cocidos (160241+160242)	309	41	0,1%
Panceta salada, seca y ahumada (021012)	8	1	
Embutidos curados y cocidos (1601)	2.057	319	0,7%
Preparaciones y conservas (160210+160220+16049+160290)	11.894	7.645	17,6%
Manteca fundida (150110)	1		
Grasa fundida (150120)			
TOTAL SECTOR PORCINO (Sin animales vivos)	35.769	43.475	100,0%

Fuente: INTERPORC a partir de Global Trade Atlas (GTA)



6. PRINCIPALES PROVEEDORES POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS IMPORTADOS POR EL PAÍS/MERCADO

TIPOLOGÍAS DE PRODUCTOS IMPORTADOS						
	Animales vivos (0103)	Carnes frescas, refrigeradas o congeladas (0203)	Despojos (020630+020641+020649)	Tocino (020910)	Jamones y paletas curados (021011+020119)	Jamones y paletas cocidos (160241+160242)
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES (AÑO 2017)	No realiza importaciones	No realiza importaciones	Alemania	Alemania	Italia	China
			Italia	España	España	Italia
			Dinamarca	Dinamarca	China	España
			Países Bajos	Países Bajos		Australia
			España			Francia
			Bélgica			Suecia
			Brazil			
			Corea Del Sur			
			Francia			
Reino Unido						

Fuente: INTERPORC a partir de Global Trade Atlas (GTA)

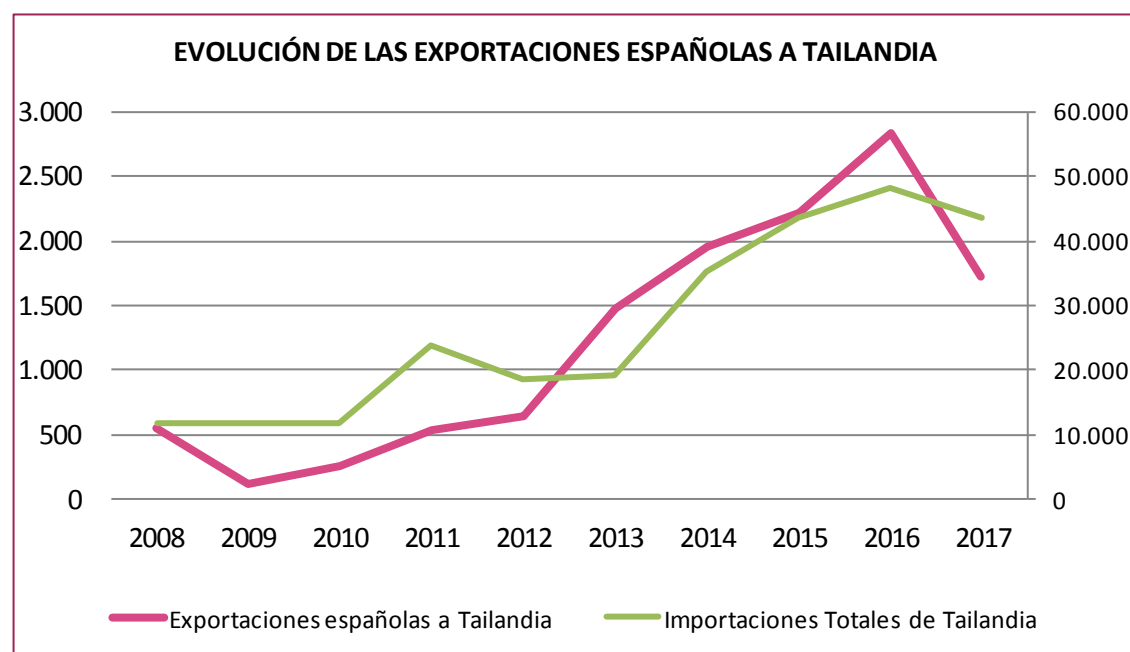
TIPOLOGÍAS DE PRODUCTOS IMPORTADOS					
	Panceta salada, seca y ahumada (021012)	Embutidos curados y cocidos (1601)	Preparaciones y conservas (160210+160220+160249+160290)	Manteca fundida (150110)	Grasa fundida (150120)
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES (AÑO 2017)	Italia	Italia	China	Japón	No realiza importaciones
	Suiza	Francia	Francia	Filipinas	
		EEUU	Singapur		
		España	Argentina		
		Reino Unido	Italia		
		Austria	España		
		Bélgica	EEUU		
		Malasia	Nueva Zelanda		
		Alemania	Dinamarca		
		Suecia			

Fuente: INTERPORC a partir de Global Trade Atlas (GTA)

7. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS AL PAÍS/MERCADO

Años	Exportaciones españolas a Tailandia		Importaciones Totales de Tailandia		% Export. españolas /Total importaciones de Tailandia
	(Miles de Euros)	(Toneladas)	(Miles de Euros)	(Toneladas)	(En volumen)
2008	335	554	6.203	11.837	4,68%
2009	247	120	5.380	11.675	1,03%
2010	373	256	5.500	11.682	2,19%
2011	683	527	11.069	23.881	2,21%
2012	883	638	10.912	18.505	3,45%
2013	1.801	1.469	12.120	19.140	7,67%
2014	1.942	1.958	23.885	35.073	5,58%
2015	2.168	2.221	34.270	43.629	5,09%
2016	2.744	2.833	37.706	48.295	5,87%
2017	2.405	1.714	35.769	43.475	3,94%
% Δ 2017/2008	618,93%	209,51%	476,67%	267,28%	

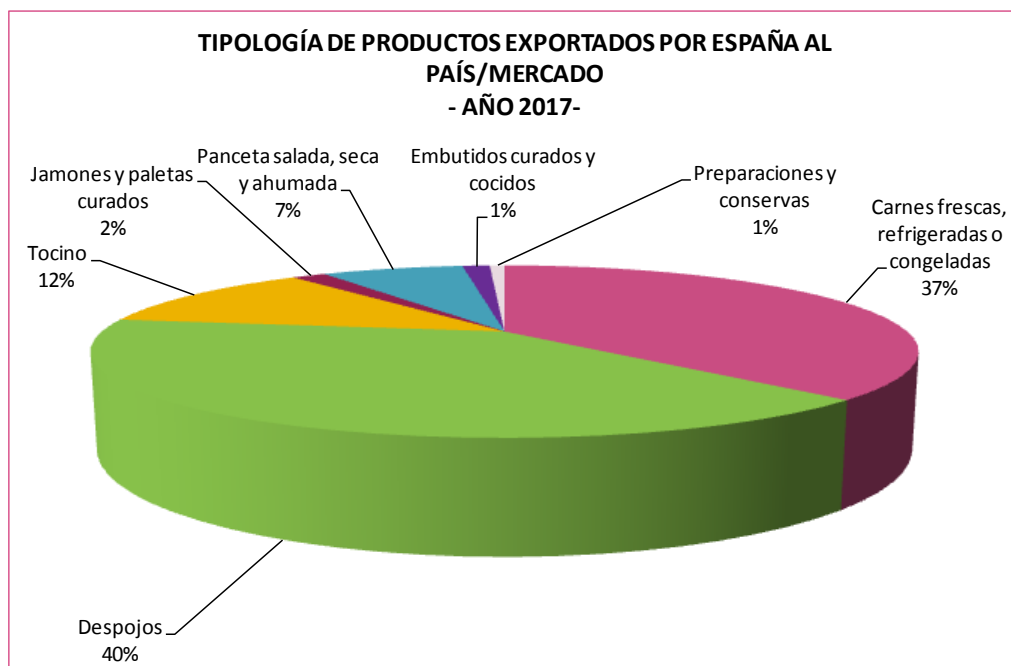
Fuente: INTERPORC a partir de DATACOMEX



8. ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PRODUCTOS AL PAÍS/MERCADO

TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS (TARIC)	Exportaciones en Valor	Exportaciones en volumen	% Producto s/Total Exportaciones Españolas
AÑO 2017	(Miles de	(Toneladas)	(En volumen)
Animales vivos (0103)			
Carnes frescas, refrigeradas o congeladas (0203)	634	642	37,43%
Despojos (020630+020641+020649)	607	685	39,97%
Tocino (020910)	186	205	11,94%
Jamones y paletas curados	406	29	1,66%
Jamones y paletas cocidos			
Panceta salada, seca y ahumada	61	119	6,94%
Embutidos curados y cocidos (1601)	165	23	1,34%
Preparaciones y conservas (160210+160220+16049+160290)	346	12	0,72%
Manteca fundida (150110)			
Grasa fundida (150120)			
TOTAL SECTOR PORCINO (Sin incluir Animales Vivos)	2.405	1.714	100,00%

Fuente: INTERPORC a partir de DATACOMEX



9. PRINCIPALES FERIAS SECTORIALES DE INTERES EN EL PAÍS/MERCADO

- FOOD & PACK (Bangkok)
- THAIFEX (Bangkok)
- FOOD & HOTEL BANGKOK
- ASIA COLD CHAIN SHOW (Bangkok)
- SIMA ASEAN THAILAND
- VIV ASIA (Bangkok)
- ASIA PACÍFICO COATING SHOW (Bangkok)
- FI THAILAND (Bangkok)
- EPIF / ORGANIC FOOD (Bangkok)

10. ACCESO AL MERCADO Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR PORCINO ESPAÑOL (FECHA: MAYO 2018)

- Tailandia es un mercado interesante, en general, por su dimensión (mas de 68 millones de habitantes), por su posición geográfica en el sureste de Asia, haciendo frontera con Myanmar, Camboya, Laos y Malasia, y muy especialmente por el fuerte desarrollo del sector turístico (por encima de los 32 millones de turistas en 2016).
- Además, por su pertenencia a la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ASEAN) y a su Comunidad Económica (AEC), sus excelentes infraestructuras y el importante desarrollo exportador de la agroindustria, hacen de Tailandia una de las economías más atractivas del sureste asiático.
- El consumo de proteínas de carne en Tailandia se soporta, principalmente, en la carne de pollo y, en segundo lugar, en la carne de cerdo (un consumo per cápita en torno a 18 Kgs/hab/año). Entre 2006 y 2017 el censo porcino tailandés ha crecido significativamente, aun a pesar de los numerosos problemas sanitarios con los que se ha enfrentado (PED, FMD, PRRS, etc.) y de los crecientes costes de algunas materias primas importadas.
- En general, la producción porcina de Tailandia (10,2 millones de cabezas) procedentes de un elevado número de pequeñas granjas –más de 180.000- se destina en buena medida a los mercados locales a los que se abastece con productos adaptados a las exigencias de esos mercados. Solo un 20% de la producción procede de granjas con más de 5.000 cabezas/granja. En cualquier caso, se podría decir que la producción interior y el consumo doméstico del sector porcino tailandés están siguiendo procesos de continuo crecimiento, aunque el comercio internacional, tanto importaciones como exportaciones, tienen por ahora todavía escasa relevancia para el sector.
- El segmento poblacional de ingresos medio-alto de Tailandia tiene un poder adquisitivo creciente y está desarrollando hábitos de consumo similares a los occidentales.
- Los productos españoles están cada vez más presentes en Tailandia. Si bien el mercado principal es Bangkok, actualmente se encuentran productos como aceite de oliva o embutidos en zonas turísticas como Phuket y las zonas costeras del Mar de Andamán y el Golfo de Tailandia. El poder adquisitivo creciente de la sociedad tailandesa, el interés por la cocina mediterránea y un estilo de vida saludable han permitido que los productos españoles se hayan introducido de forma satisfactoria en el mercado tailandés.
- España no tiene una imagen gastronómica significativa, mucho menos que la italiana o francesa. Por lo que “la procedencia española” todavía no contribuye suficientemente al consumo de productos de España, a pesar del interés cada vez mayor de los importadores.

10. ACCESO AL MERCADO Y OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR PORCINO ESPAÑOL (FECHA: MAYO 2018) (Cont.)

- Los principales importadores en el sector de productos agroalimentarios reconocen la calidad del producto español pero creen que le falta un nivel adecuado de promoción que evite que alimentos originarios de otros países resulten más interesantes, como es el caso de los franceses, los italianos, etc. Esta situación supone un freno a la distribución y adquisición de los productos españoles. Por lo tanto, todos coinciden en que es imprescindible invertir un mayor esfuerzo en campañas de promoción de estos alimentos puesto que países como Francia, Alemania o Italia están ganando cuota de mercado.
- Hasta la fecha, no se ha logrado establecer un acuerdo sanitario bilateral entre España y Tailandia para la exportación de porcino, si bien en la práctica, las empresas exportadoras emplean un modelo de Certificado sanitario “provisional” para la exportación de carne y productos cárnicos porcinos, bajo su responsabilidad.
- Las importaciones son autorizadas en Tailandia mediante la concesión de licencias de importación a los importadores para cada partida específica que se introduce. Es decir, que las empresas españolas deberán tener un importador autorizado para poder exportar a Tailandia.