

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON REPÚBLICA CHECA 2016

## 1. RELACIONES BILATERALES CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS COMERCIALES VIGENTES

El 1 de mayo del año 2004 República Checa entra como miembro pleno en el bloque de la Unión Europea, por lo que automáticamente se adhiere al Acuerdo de Asociación entre Chile y la UE con todo sus derechos y obligaciones que éste conlleva.

#### Otros acuerdos:

- Educación: Acuerdo de cooperación entre el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de la República Checa relativo a la colaboración en las áreas de la cultura, la educación, la ciencia y otras materias”, firmado el 22 de abril de 1994.
- Acuerdo sobre la Promoción y Protección de Inversiones, firmado durante la visita del Ministro de Exteriores chileno en Praga el 24 de abril de 1995, entró en vigor el 2 de diciembre de 1996.
- Convenio de lucha contra el terrorismo, el narcotráfico y la delincuencia organizada”. El texto fue firmado el 23 de septiembre de 1996, durante la visita de Presidente Havel a Chile, y entró en vigencia el 27 de octubre de 1999.
- Convenio de Seguridad Social entre Chile y la República Checa. firmado en Santiago el 7 de diciembre de 2000. Promulgado el 11 de noviembre 2003.
- Acuerdo de Cooperación entre la Agencia de Promoción de Exportaciones CzechTrade y ProChile, firmado el 8 de julio de 2004 en Santiago de Chile.
- Convenio de entendimiento y cooperación entre Czech Invest y el Comité de Inversiones Extranjeras, firmado el 7 de abril de 2008 en Santiago de Chile en el marco de la visita de trabajo del Ministro de Industria y Comercio de la República Checa M. Říman en Chile.
- Acuerdo de Cooperación entre la Asociación de Industria y Transporte de la República Checa y la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA), firmado el 7 de abril de 2008 en Santiago de Chile en el marco de la visita de trabajo del Ministro de Industria y Comercio de la República Checa en Chile.
- Acuerdo en Materia de Cooperación Antártica, firmado por los Ministros de Relaciones Exteriores el 14 de mayo de 2009 durante la Cumbre UE - Grupo Río en Praga.
- Turismo: En abril del 2011, se suscribió un Acuerdo de Turismo que establece que ambos países desarrollarán relaciones bilaterales en el ámbito del turismo, con el objeto de adquirir información y mejorar el conocimiento mutuo, compartiendo las normas que regulan el turismo en ambos países. Además de desarrollar y fomentar el desarrollo del turismo, organizarán intercambio de expertos en la materia con el fin de fortalecer su potencial, y por último se comprometen a fomentar la capacitación profesional y preparación de recursos humanos dedicados a actividades relacionadas con el turismo.

#### Acuerdos en proceso de negociación:

- Acuerdo sobre la eliminación de doble tributación.
- Memorándum de entendimiento entre los Ministerios de Defensa.
- Acuerdo sobre las Vacaciones de Trabajo (Working Holidays).

## 2. COMERCIO CON CHILE

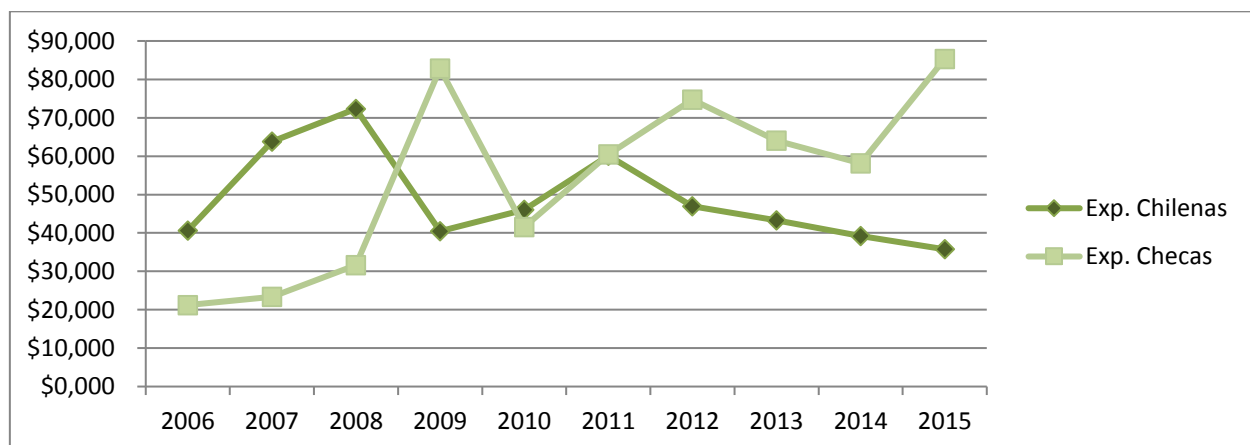
El intercambio entre los dos países tendió a la baja para el caso de Chile, las exportaciones chilenas cayeron en un 8.8% respecto al año 2014 con lo cual el monto final del año 2015 cerró con USD 35.7 millones. Para los checos les fue mejor que el año 2014 donde tuvieron una variación positiva de 46.8%.

Año	Exportaciones Chilenas		Exportaciones Checas	
	Miles USD	% Var	Miles USD	% Var
2006	\$ 40.605		\$ 21.224	
2007	\$ 63.795	57,1	\$ 23.344	10,0
2008	\$ 72.327	13,4	\$ 31.580	35,3
2009	\$ 40.451	-44,1	\$ 82.772	162,1
2010	\$ 46.009	13,7	\$ 41.560	-49,8
2011	\$ 60.164	30,8	\$ 60.496	45,6
2012	\$ 46.930	-22,0	\$ 74.743	23,6
2013	\$ 43.265	-7,8	\$ 64.084	-14,3
2014	\$ 39.209	-9,4	\$ 58.140	-9,3
2015	\$ 35.747	-8,8	\$ 85.337	46,8

Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

En el caso de Chile, si bien la curva de las exportaciones chilenas al mercado checo ha tendido a la baja desde el 2011, esta situación se da esencialmente por el producto ferro molibdeno el cual cayó en un 38.8% entre los años 2013 y 2015 sumadas a las caídas del sector alimentos donde hubo caídas importantes, este es el caso del kiwi con un 28%, manzanas frescas 39.7%, peras frescas 54.9%, entre otros.

República Checa en cambio, tuvo una fuerte alza que venía a la baja desde el 2012, las partes de turbinas de vapor fueron el gran exponente donde el año pasado sumó cerca de USD 15 millones. También hay que destacar el aumento de las exportaciones de los generadores de gas y automóviles (entre 1.000 cc y 1.500 cc) en un 104%.



Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

### Los principales productos exportados por Chile a Chequia 2015

Producto (6 dígitos)	USD Miles
Ferro-molibdeno	6.322
Vinos embotellados	6.250
Uva Fresca	3.060
Celulosa	2.267
Ciruelas secas	2.105
Cerdo congelado	2.051
Cranberries	984
Miel Natural	972
Vino embotellados >2L	868
Kiwi	952
Alcohol de Peras	787
Filetes de salmón	561
Limonos	547
Potasio nitrato	492
Salmón	486
Paltas	458
Uvas deshidratadas	444
Carbonato de Litio	377
Duraznos y nectarinas frescos	294
Manzanas frescas	262
Madera contrachapada	208
Pavo congelado	204
Peras frescas	195

Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

### Los principales productos exportados por Chequia a Chile 2015

Producto (6 dígitos)	USD Miles
Partes de turbinas de vapor	<b>14.867</b>
Generadores de gas o de gas de agua; de potencia superior a 40 MW	<b>7.510</b>
Otros generadores eléctricos	<b>6.832</b>
Automóviles > 1000 cc a 1500 cc	<b>4.565</b>
Teléfonos para red de celulares y otras redes inalámbricas	<b>2.437</b>
Grifos, llaves, válvulas y aparatos similares	<b>2.105</b>
Películas y láminas	<b>1.781</b>
Partes de turbinas a gas	<b>1.769</b>
Materiales no tejidos <25 g/m2	<b>1.631</b>

Partes de teléfonos, aparatos de transmisión/recepción	1.568
Tableros, paneles, incluidos los controles numéricos, para una tensión eléctrica	1.254
Tableros, paneles, incluidos los controles numéricos, para una tensión eléctrica >1000V	1.217
Lana peinada y otra lana peinada, no a granel	1.178
Cuchillos y cuchillas para máquinas o aparatos mecánicos para el funcionamiento de madera	1.118
Envolturas para embutidos de proteínas endurecidas o de materiales celulósicos	995
Palas cargadoras frontales	852
Afeitadoras automáticas	708
Radiadores y sus partes, de hierro o acero	660
Artículos de hierro o acero	644
Herramientas para albañiles, relojeros, los mineros y los nombres de herramientas de mano	531
Cámaras de televisión, cámaras digitales, cámaras grabadoras de video	478
Recipientes para gas comprimido o licuado, de hierro o de acero	473
<b>Automóviles con motor diésel &gt;1500cc hasta 2500cc</b>	<b>446</b>

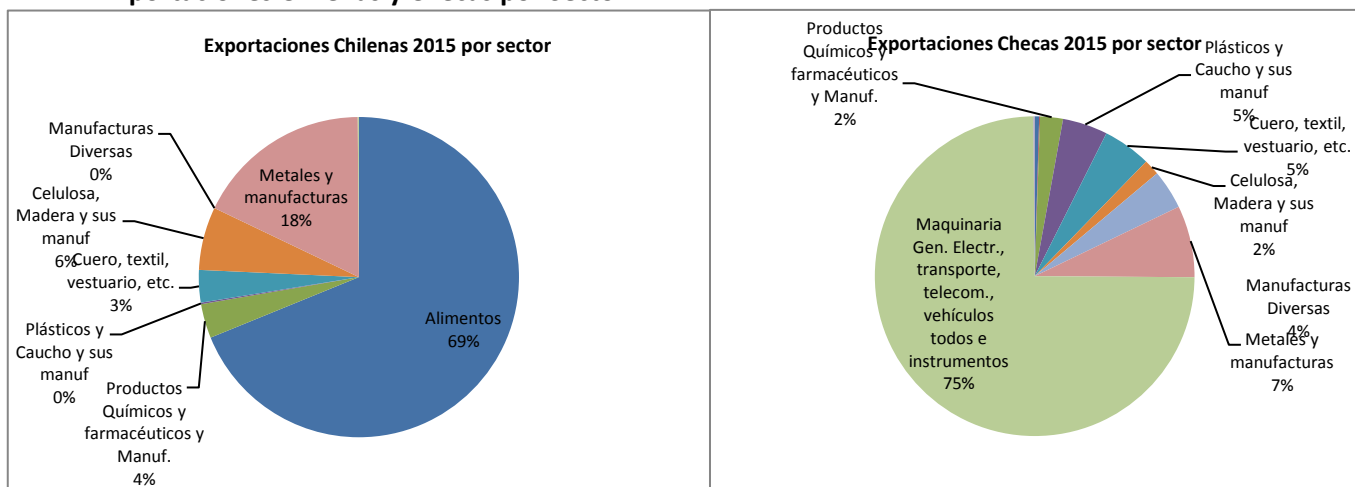
Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

### Exportaciones Chilenas y Checas por Sector

Sectores	Exportaciones Chilenas 2015 - USD Miles	Exportaciones Checas 2015 - USD Miles
Alimentos	24.606	386
Minerales no metálicos	-	73
Productos Químicos y farmacéuticos y Manuf.	1.237	1.975
Plásticos y Caucho y sus manuf	55	3.889
Cuero, textil, vestuario, etc.	1.170	4.157
Celulosa, Madera y sus manuf	2.279	1.365
Manufacturas Diversas	-	3.394
Metales y manufacturas	6.358	6.184
Maquinaria Gen. Electr., transporte, telecom., vehículos todos e instrumentos	41	63.804
Otros	-	112

Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

### Exportaciones Chilenas y Checas por Sector



### 3. RANKING DE CHILE COMO PROVEEDOR A REPÚBLICA CHECA DE:

En la escala de proveedores para el mercado checo, Chile ocupa el lugar número 76° y para República Checa, Chile es el mercado número 65° como receptor de sus exportaciones.

Estos son algunos de los productos en que Chile destaca por ser unos de los principales proveedores para el mercado checo:

Código	Ranking	Producto	% Participación
72027000	2°	Ferro Molibdeno	27.8%
22042196	1°	Vinos varietales sin denominación de origen producido fuera de la UE	36.8%
08132000	1°	Ciruelas deshidratadas	42.5%
22042195	2°	Vinos blancos varietal sin denominación de origen y producido fuera de la UE	28.8%
22042998	2°	Vinos producidos fuera de la UE en envases superiores a 2 litros	14.7%
20089391	2°	Cranberries	28.3%
22089038	1°	Licor de peras en envases mayores a 2 litros	54.6%
22042996	1°	Vinos varietales sin DO producido fuera de la UE	58.6%
28342100	2°	Nitrato de potasio	25.0%
03031300	2°	Salmón del atlántico congelado	21.7%
28369100	1°	Carbonato de Litio	74.9%

Fuente: Oficina de Estadísticas Checas

### 4. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS (POR SECTOR)

#### Alimentos y Bebidas

Chile tiene grandes oportunidades en este mercado, principalmente en el sector alimentos. República Checa importó USD 9.027 millones de alimentos durante el año 2015. Hay muchas oportunidades que pueden desarrollarse entre las cuales destacamos:

**Carne de cerdo:** el mercado checo presenta una gran oportunidad en este producto. Las importaciones de cerdo fresco, refrigerado y congelado durante el 2015 correspondieron a USD 552 millones, en donde Chile realizó exportaciones por un valor de USD 2,05 millones. Chile necesita crear una estrategia más agresiva de penetración.

**Carne de pollo congelada:** la carne de pollo congelada importada acumuló un valor de USD 90 millones durante el 2015. Chile no realizó exportaciones de este producto en el mismo período.

**Salmón Ahumado:** para el año 2015 fueron importados cerca de USD 5.5 millones de salmónes ahumado a la República Checa. Debiera existir un grado mayor de interés por parte Chile para darle un valor agregado al salmón y poder exportarlo ahumado.

Aunque no se tiene antecedentes de estadísticas de importaciones del Jurel enlatado sí se puede destacar que podría tener oportunidades en el mercado checo debido a que, por ejemplo las estadísticas checas muestran un gran interés en productos tales como Atún, USD 25 millones importados 2015, Sardinias USD 9 millones importados 2015. En total las importaciones de pescados preparados y enlatados (incluyendo el caviar) llegan a un monto de USD 74 millones importados en 2015.

**Productos orgánicos y Fair Trade:** la toma de conciencia y la proyección del incremento del poder adquisitivo de los consumidores son variables importantes para que productos de este subsector de alimentos se proyecte próximamente como una oportunidad para los exportadores chilenos. Este es el caso como por ejemplo de la Quínoa, producto el cual recién está agarrando fuerza para poder proyectar y tenerlo sin duda como producto exportador hacia la Rep. Checa donde el año 2015 se importó USD 440 mil dólares.

### Servicios

República Checa se caracteriza por tener una industria cinematográfica de buena calidad, incluso animaciones. Esto podría ser una oportunidad que al registrar las necesidades que esta industria tiene podamos encontrar necesidades insatisfechas y que nuestra industria si pueda satisfacer.

### Industrias

La industria de la construcción de edificios y casas aunque ha experimentado una caída en los últimos años, sigue siendo una buena oportunidad para que las empresas chilenas que sean productoras de puertas y marcos de madera, productos de maderas terminadas, puedan ocupar un terreno importante en este mercado.

### Innovación

A nivel mundial, República Checa tiene una gran experiencia e industria en el sector software. Famosos son los antivirus de origen checo Avast, AVG, y una gran cantidad de empresas tales como Kerio Technologies, Openmatics, PrismaStar, TrustPort, entre otras avalan la prestigiosa industria del sector. Sin duda que existen buenas oportunidades para promocionar y apoyar nuestro programa Start Up Chile en este mercado.

## 2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

### 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

Los aranceles de importación están establecidos en el Acuerdo de Asociación entre Chile y la UE.

Para saber detalles al respecto se recomienda visitar la página web de la Comisión Europea de Comercio Exterior en:

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=es&Taric=&QuotaAuthorities=false&EndPub=&MeasText=&Area=&Regulation=&LangDescr=&MeasType=&SimDate=20110912&StartPub=&OrderNum=&GoodsText=&ContextPath=&Level=&Expand=false](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es&Taric=&QuotaAuthorities=false&EndPub=&MeasText=&Area=&Regulation=&LangDescr=&MeasType=&SimDate=20110912&StartPub=&OrderNum=&GoodsText=&ContextPath=&Level=&Expand=false)

### 2. NORMATIVAS

Las normativas de entrada a República Checa son las mismas que en toda la Unión Europea y pueden ser encontradas en la página web:

[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt\\_Introduccion.html&docType=main&lang=ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt/rt_Introduccion.html&docType=main&lang=ES)

### 3. CERTIFICACIONES

En el caso de productos de origen animal, la institución encargada de la certificación es:

*Státní veterinární správa ČR* (State Veterinary Administration of the Czech Republic)

*Odbor vnějších vztahů, kontroly dovozu a vývozu* (Section of External Relations, Control of Exports and Imports)

Tel : (+420) 227 010 186 / 227 010 180

Fax: (+420) 227 010 198

Website: [www.svscr.cz](http://www.svscr.cz)

En el caso de productos de origen vegetal:

*Ministerstvo zemědělství ČR* (Ministry of Agriculture of the Czech Republic)

*Státní Zemědělská a Potravinářská Inspekce* (Czech Agriculture and Food Inspection Authority)

Tel: (+420) 543 540 111

Fax: (+420) 543 540 202

Website: [www.szpi.gov.cz](http://www.szpi.gov.cz)

#### 4. ETIQUETADOS

Los productos comercializados en la UE deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores.

Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.).

La legislación de la UE establece normas obligatorias de etiquetado para ciertos sectores, como por ejemplo: alimentación, electrodomésticos, calzado, textiles, etc.

Para conocer la norma del etiquetado de cada producto recomendamos visite la página:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/product\\_labelling\\_and\\_packaging/index\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_es.htm)

#### 5. TRÁMITES ADUANEROS

La UE es una unión aduanera que implica que entre los países que la conforman no existen barreras para el libre tránsito de los productos.

Todos los productos que entran desde un tercer país a la UE deben ser declarados a las autoridades aduaneras pertinentes, utilizando el Documento Único Administrativo (DUA) y acompañado de la factura comercial, documento de transporte, lista de embalaje, declaración de valor de aduanas y el seguro de transporte.

En la República Checa el organismo encargado de la administración aduanera es *Celní správa ČR* (Customs Administration of the Czech Republic) Website: [www.cs.mfcr.cz](http://www.cs.mfcr.cz)

Además existen zonas libres en donde se pueden almacenar los productos pagando los aranceles pertinentes al momento de retirar los productos. Estas zonas se encuentran en las ciudades de Brno, Hradec Králové, Ostrava, Pardubice, Praha, Děčín, Zlín y Jihlava.

## 3. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

#### 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

El tipo de gobierno es una democracia parlamentaria. Su Presidente es el señor Milos Zeman y el Primer Ministro Bohuslav Sobotka. En el mes de febrero del 2013 se realizó por primera vez la elección de Presidente de la República por voto directo de la población, anteriormente era el Congreso quien elegía al Presidente de la República.

##### Datos Macro:

PIB: USD 332 billones -referencia PIB Mundial 51° (2015)-  
Ingreso per cápita: USD 31,600 (2015)



**Población y características demográficas:**

Con 10.6 millones de habitantes, la República Checa tiene una de las economías más prósperas y saludables dentro de la UE. Su principal apoyo y base se encuentra en el comercio exterior, específicamente en las exportaciones, las cuales se destinan principalmente hacia los miembros del mismo bloque.

El mercado checo ha ido adaptándose progresivamente en su estructura al europeo. Los principales grupos europeos de distribución ya están presentes en este mercado. Los intercambios comerciales con la UE se han intensificado y la legislación se está equiparando. En pocos años las diferencias estructurales serán mínimas.

En su cambio a la economía de mercado, el sector de la distribución ha sufrido una transformación muy rápida en República Checa. Los modelos europeos de supermercados, hipermercados, tiendas de descuento o tiendas especializadas se han hecho muy populares entre la población.

El mayor poder adquisitivo, el amplio número de familias que poseen automóvil y la novedad de los servicios de ocio ofrecidos en los centros comerciales son algunas de las razones del éxito de las nuevas formas de distribución. La cuota de mercado del pequeño comercio disminuyó del 49% en 1997 al 23% en 2003. A pesar de ello los pequeños comerciantes independientes en las zonas más rurales mantienen una considerable cuota de mercado. Pero se han visto obligados a entrar en una política de bajada de precios. Una de las formas con mayores expectativas de crecimiento son precisamente las tiendas de descuento duro.

El número de locales de supermercados e hipermercados ha aumentado en un 50% desde el año 2004. Hoy se cuentan con cerca de 1,100 locales de estas características sin contar con las cooperativas, tiendas de descuento y de conveniencia, las cuales estas últimas suman cerca de 1,727.

República Checa es un país sin salida al mar, por lo que las importaciones a este mercado se realizan principalmente a través de los 2 principales puertos europeos Hamburgo y Rotterdam. También son utilizados los puertos aéreos de Ruzyně en Praga como una posibilidad para el comercio.

Después de la Revolución de Terciopelo, en el año 1989, en ese entonces Checoslovaquia, comenzó un proceso de grandes cambios, pasando de un sistema social de mercado a un mercado de capitales privados. En el año 1993, Checoslovaquia se divide en los dos estados que formaban este país desde el término de la I Guerra Mundial. En el año 1995, República Checa entró como miembro de la OECD, y en el año 2004, pasó a ser miembro de la Unión Europea.

República Checa ha centrado su economía principalmente en el eje exportador, el cual concentra alrededor de un 80% de la actividad económica.

Los sectores más importantes en Chequia son el Industrial y el de Servicios, este último basado principalmente en el turismo. El sector industrial representa alrededor de un 40% del PIB. La producción industrial se agrupa esencialmente en la producción de automóviles y aviones y sus partes. El sector agrícola ocupa no más de un 3% en mano de obra y aporta alrededor de un 12% del total del PIB.

**2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR**

El precio es aún la variable de mayor sensibilidad a la hora de elegir un producto. Esta conducta aunque es la principal, poco a poco el consumidor ha empezado a valorar productos más elaborados o de mayor precio debido a su relación con la variable "calidad".

La gran cantidad de malls e hipermercados (en donde es posible obtener gran variedad de productos no sólo alimenticios), están atrayendo en grandes masas a los distintos tipos de consumidores no sólo a comprar, sino que ha tener un rato de ocio o paseo familiar.

Existe un gran interés en los productos importados, pero también reconocen que muchos productos checos son de mejor calidad, o al menos más cercano a la costumbre checa, esto se da mucho en productos alimenticios como es la Carpa (pescado) y bebidas tales como la cerveza checa y la bebida de fantasía Kofola.

Como la calidad también ha empezado a ser importante para los consumidores, hoy día se pueden ver pequeños negocios con productos nacionales y extranjeros pero con una calidad (y un precio) bastante superior a la de las grandes tiendas e hipermercados.

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Para concretar una reunión es bien visto realizarla con al menos una semana de anticipación, para ello se utiliza mucho como primer acercamiento vía telefónica, luego lo más probable es que el empresario le solicite una explicación más detallada vía email.

El empresario checo mantiene siempre un estado de respeto lo que lo hace parecer muchas veces como frío. No toman decisiones apresuradas y cuando se toma una decisión ésta difícilmente es cambiada. Es posible que tenga que visitar más de una vez al empresario. El empresario checo difícilmente realizará o sellará un acuerdo en forma verbal.

### 4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

El empresario checo espera mucho más de lo que su contraparte dice. El checo ve a la acción como un buen negocio y no como una buena compra o venta de algo. Esto quiere decir que el empresario debe sentirse apoyado posteriormente a la propia venta en áreas tales como promoción, marketing, nueva información detallada sobre el producto, etc.

Mucho se da que entre empresas pertenecientes a la Unión Europea existan plazos de hasta 60 días para el pago.

### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Asegúrese de que su producto no está en el mercado que se pueda encontrar su producto como resultado de alguna triangulación o reexportación.

Todos los importadores son importantes aunque no todos los importadores tengan la intención de comprar grandes cantidades. Muchos de ellos requieren sólo pallets, esto se debe a que no tienen capacidad económica suficiente, ya sea para comprar el producto o almacenarlo, tienen un sistema de distribución pequeño, o están interesados en comprar volúmenes medianos pero regularmente y en intervalos cortos de tiempo.

Hay importadores pequeños que con esfuerzo han crecido de gran manera, transformándose en grandes clientes para la empresa exportadora.

Otro aspecto importante, muchos importadores pueden comprar sus productos (o los de su competencia) a través de grandes empresas establecidas en los puertos más importantes de Europa como son Rotterdam o Hamburgo, los cuales se encuentran relativamente cercanos al país y en el cual existen grandes carreteras en excelente estado.

## 6. NORMAS DE PROTOCOLO EN REUNIONES DE NEGOCIOS

En general, el empresario checo domina el idioma inglés, pero muchos de ellos también tienen dominio de la lengua castellana debido a su cercanía con España y a la estrecha relación que existió con Cuba en los tiempos del comunismo.

Las reuniones son formales, y dependiendo del tipo de negocio visten o no chaqueta y corbata. La puntualidad es importante. El saludo inicial con un apretón de manos y mirando a los ojos. No es conveniente besar en las mejillas a una dama a menos que se tenga un grado de amistad con ella. El trato es de “señor” o “señora” incluyendo el apellido. No se debe de usar el nombre personal.

La entrega de tarjetas de visita es normal, para ello es recomendable que al menos esté en idioma inglés. Si la persona tiene algún grado académico (MBA, MA, PhD., etc.) es importante agregarlo en la tarjeta.

# 4. INFORMACIÓN ADICIONAL

## 1. ORGANISMOS RELEVANTES

Cámara de Comercio Checa [www.komoracz.eu](http://www.komoracz.eu)  
 Ministerio de Industria y Comercio [www.mpo.cz](http://www.mpo.cz)  
 CzechTrade [www.czechtrade.cz](http://www.czechtrade.cz)  
 CzechInvest [www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)  
 Oficina de Estadísticas Checas [www.czso.cz](http://www.czso.cz)  
 Banco Central Checo [www.cnb.cz](http://www.cnb.cz)  
 Cámara de Comercio de Brno [www.rhkbrno.cz](http://www.rhkbrno.cz)  
 Confederación de Industrias de la República Checa [www.spcr.cz](http://www.spcr.cz)  
 Czech Tourism [www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com)  
 Czech Agriculture and Food Inspection Authority [www.szpi.gov.cz](http://www.szpi.gov.cz)

## 2. FERIAS COMERCIALES INTERNACIONALES A REALIZARSE EN EL MERCADO

### Alimentos:

Salima [www.bvv.cz/salima](http://www.bvv.cz/salima)  
 Top Gastro [www.top-gastro.cz](http://www.top-gastro.cz)  
 Wine & Delicacies [www.vegoprag.cz](http://www.vegoprag.cz)  
 Vinex [www.bvv.cz/en/vinex](http://www.bvv.cz/en/vinex)  
 International Trade Fair for Packaging and Packaging Technologies [www.bvv.cz/en/embax/](http://www.bvv.cz/en/embax/)  
 International Milling Industry, Bakery and Confectionery Fair [www.bvv.cz/en/mbk/](http://www.bvv.cz/en/mbk/)  
 International Fair of Equipment for Retail Trade, Hotels and Catering Facilities [www.bvv.cz/en/inteco/](http://www.bvv.cz/en/inteco/)

### Turismo:

Holiday World [www.holidayworld.cz](http://www.holidayworld.cz)