



Embajada de la
República Argentina
Hanoi - República Socialista de Vietnam

Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

MARZO 2018

PERFIL DE MERCADO:
ALIMENTOS Y BEBIDAS
EN VIETNAM

SECCIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL

EMBAJADA DE LA REPÚBLICA DE ARGENTINA EN VIETNAM



Contenido

1. Datos básicos de Vietnam.....	3
1.1. Características generales.....	3
1.2. Datos macroeconómicos	4
2. Mercado de alimentos y bebidas.....	6
2.1 Tendencias generales	6
2.2. Alimentos.....	8
2.2.1. Lácteos.....	8
2.2.2. Productos cárnicos	9
2.2.3. Productos de la pesca.....	10
2.2.4. Frutas y verduras	10
2.2. Bebidas no alcohólicas.....	11
2.3. Bebidas alcohólicas.....	11
3. Estadísticas	13
4. Tratamiento arancelario.....	15
4.1 Aranceles de importación.....	15
4.2 Impuesto al Valor Agregado (IVA):	15
4.3 Impuesto al Consumo Especial	16
5. Requisitos de mercado/ Fitosanitarios.....	17
5.1. Documentos y formalidades.....	17
5.2 Estándares de calidad	17
5.3 Etiquetados.....	19
6. Otra información relevante	22
6. 1. Estructura de comercialización.....	22
7. Ferias y exhibiciones.....	23
8. Listado de importadores.....	23



1. Datos básicos de Vietnam.

1.1. Características generales

Nombre oficial: República Socialista de Vietnam

Superficie: 331.210 km²

Población: 95,6 millones de habitantes (GSO 2017)

Capital: Hanoi (7.328.400 habitantes).

Otras ciudades: Ciudad Ho Chi Minh (8.297.500 hab.); Hai Phong (1.980.800 hab.); Can Tho (1.257.900 hab.), Da Nang (1.046.200 hab.)

Idioma: Vietnamita. Grupos étnicos que viven en zonas rurales o cercanas a las fronteras, como los Hmong, Thai o Khmer, utilizan habitualmente sus propias lenguas.

Moneda: Dong (VND) 22.745 VND / 1 USD (aprox.) 15/01/2018.

Religión: Budista, 9,3%; católica, 6,7%; Hoa Hao 1,5%; Cao Dai, 1,1%; cristianos protestantes, 0,5%. El 80% de la población no profesa ninguna religión.

Forma de Estado: República Socialista, bajo la dirección del Partido Comunista. Se rige por la Constitución de 1992, cuya última reforma se realizó en 2013.



Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

División Administrativa: El país está dividido en 58 provincias y 5 ciudades autónomas (Hanoi, Ciudad Ho Chi Minh, Da Nang, Hai Phong y Can Tho), subordinadas al Gobierno central. Hay cuatro niveles administrativos: nacional, provincial, de distrito y comunal.

Densidad de Población: 280 habs / km² (GSO 2017)

Renta per Cápita: 2.385 USD (2017)

Esperanza de vida: 75,9 (IDH 2016).

Crecimiento de la Población: La tasa anual de crecimiento se sitúa en un 1,07 % (GSO 2017)

IDH: Puesto 115 de 188 países. Valor: 0,683 (UNDP IDH 2016)

Tasa de Natalidad: 15,7 nacimientos / 1.000 habitantes. (GSO 2016)

Alfabetización: 97,3% (GSO 2016)

Población urbana: 34,6% (GSO 2017)



1.2. Datos macroeconómicos

Tabla 1: Coyuntura económica 2017

PBI	más de 220 mil millones de dólares
PBI % crecimiento real	6,81%
Tasa de inflación	2,5%
Tasa de desempleo	2,24%
Deuda Pública(%PIB)	61,3%
Déficit Público(%PIB)	-3,42%

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 2: Estructura del Producto Bruto Interno 2017

PBI POR SECTORES % DELPBI

Agricultura, silvicultura y pesca	15,34%
Industria	33,34%
Servicios	41,32%

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 3: Contribución sectorial al PBI / Principales sectores de actividad

Unidad: Millones de USD

PBI/Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PBI a Precios corrientes VND mil millones	2.536.631	3.245.419	3.584.262	3.937.856	4.192.900	4.502.700	5.007.900
PBI a Precios corrientes en USD*(en miles)	120.620	155.782	170.039	184.141	189.295	197.486	224.600
PBI per cápita USD	1.376	1.540	1.900	2.028	2.109	2.200	2.385
PBI (%) Crecimiento de:	5,89	5,03	5,42	5,98	6,68	6,21	6,81
--Agricultura, Silvicultura y Pesca	4,01	2,72	2,67	3,49	2,41	1,36	2,90
--Industria/ Construcción	5,53	4,52	5,43	7,14	9,64	7,57	8,00
--Servicios	6,99	6,42	6,56	5,96	6,33	6,98	7,44

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

**convertido a tipo de cambio promedio*



Tabla 4: Comercio exterior de Vietnam

Unidad: Millones de USD

Año	Total	Importaciones	Exportaciones	Saldo
2011	203.655,5	106.749,8	96.905,7	-9.844,1
2012	228.309,6	113.780,4	114.529,2	748,8
2013	264.065,5	132.032,6	132.032,9	0,3
2014	298.066,2	147.849,1	150.217,1	2.368,0
2015	327.587,1	165.570,4	162.016,7	-3.553,7
2016	351.384,6	174.803,8	176.580,8	1.777,0
2017	424.870,0	211.100,0	213.770,0	2.670,0

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 5: Principales destinos de las exportaciones vietnamitas durante 2017

Unidad: Millones de USD

EEUU	19% - 41.500 M\$
UE	18% - 38.300 M\$
China	17% - 35.300 M\$
Japón	8% - 16.800 M\$
Corea del Sur	7% - 15.000 M\$
ASEAN	10% - 21.700 M\$

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 6: Principales países proveedores

Unidad: Millones de USD

China	28% - 58.500 M\$
Corea del Sur	22% - 46.800 M\$
ASEAN	13% - 28.000M\$
Japón	8% - 16.500 M\$
UE	6% -12.000 M\$
EEUU	4% - 9.100 M\$

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 7: Principales productos de exportación en 2017

Unidad: Millones de USD

Teléfonos y componentes telefonía móvil	45.100
Textil y confección	25.900
Computadoras y componentes electrónicos	25.900
Calzado	14.600
Maquinaria y componentes	12.800
Pescados y mariscos	8.400
Café	3.200
Maderas y productos de maderas	7.600

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)



Tabla 8: Principales productos de importación en 2017

Unidad: Millones de USD

Equipos de maquinaria, herramientas e instrumentos	33.600
Equipos informáticos y componentes	37.500
Telefonía y componentes	16.200
Tejidos	11.400
Hierro y acero	9.100
Plásticos	7.400
Automóviles	5.300
Petróleo	7.000

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

Tabla 9: Tipo de cambio

Tipo cambio	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
VND/USD	19.495	21.030	20.833	21.079	21.385	22.150	22.643	22.740

Fuente: Oficina General de Estadísticas de Vietnam (GSO)

2. Mercado de alimentos y bebidas

2.1 Tendencias generales

Vietnam es uno de los mercados de consumidores más prometedores de Asia, beneficiándose de una dinámica demográfica favorable y un rápido crecimiento económico que repercute positivamente en los ingresos por familia y permite un sostenido nivel de inversión. Teniendo en cuenta este positivo panorama se puede prever que todas las categorías del sector de alimentos y bebidas tendrán un desarrollo favorable en los próximos años.

El crecimiento económico sustentable junto con los niveles de inflación muy bajos, beneficiará fuertemente al poder de compra de los consumidores en los próximos cinco años. La dinámica demográfica positiva y la existencia de sectores con potencial de crecimiento atraerán a las empresas orientadas al consumidor.

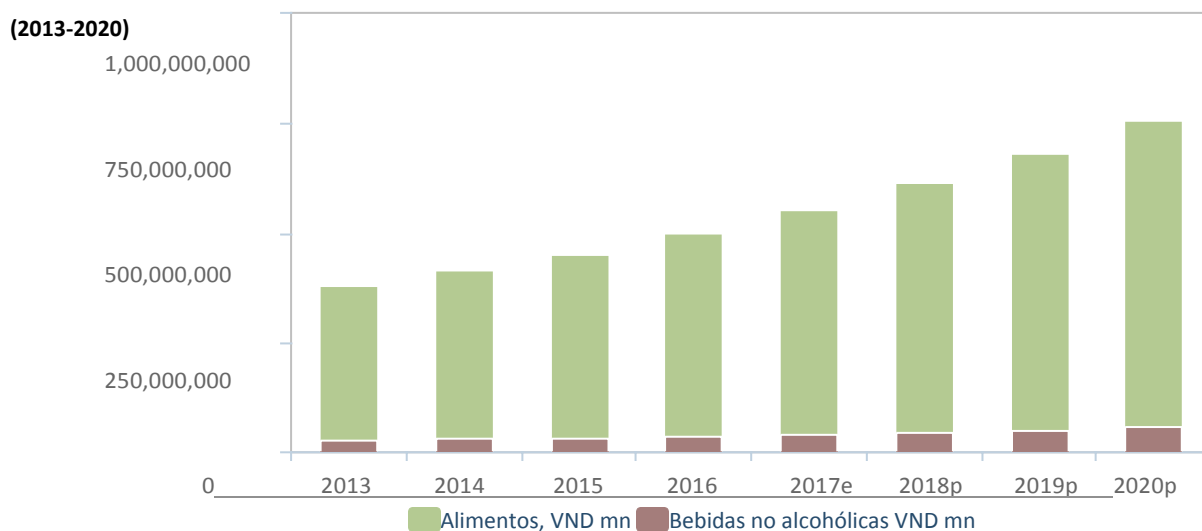
Existe una perspectiva positiva con respecto al potencial del consumidor vietnamita, ya que el gobierno apunta al crecimiento económico a través del gasto público y la promoción de la inversión y las exportaciones.

En línea con dicha perspectiva, y apoyado por políticas gubernamentales, así como por inversión extranjera y el poder de recuperación de las exportaciones, se espera que las inversiones sigan siendo un fuerte factor de crecimiento en el país, impulsadas por salarios relativamente baratos en comparación con los países vecinos.



y una reducción de la tasa del impuestos a las sociedades. Esto a su vez apoyará al sector manufacturero, el cual se ha expandido a un ritmo rápido en los últimos meses.

Tabla 10: Gasto en Alimentos y Bebidas



e = estimado p = previsto . Fuentes: BMI, GSO

A largo plazo, el rápido crecimiento económico en Vietnam se traducirá en mayores ingresos, beneficiando a su vez al consumo. Lo más interesante es el perfil demográfico favorable para las ventas del país: se estima que el 49,2% de la población es menor de 30 años. Esto implica oportunidades dinámicas para los proveedores de bienes de consumo dirigidos específicamente al segmento del mercado de masas.

Actualmente, los niveles de ingresos en Vietnam están muy por detrás de las economías desarrolladas, y las compras de los consumidores siguen centrándose en gran parte en alimentos básicos y necesidades diarias. Sin embargo, con un potencial de 6,1 millones de hogares adicionales por encima de los niveles de subsistencia de aquí a 2020 (rango de ingresos de USD 5,000-10,000), se espera que los gustos y preferencias de los consumidores se redireccionen hacia los segmentos de alimentos y bebidas de mayor valor.

Las marcas nacionales tienen, excepto en contados casos (lácteos, cerveza), una cuota del mercado menor en relación a las marcas extranjeras. Ello se puede atribuir a los obstáculos de distribución que enfrentan los productores locales de bienes de consumo, al mayor atractivo de marcas de empresas extranjeras y a la percepción de que los productos extranjeros son de mejor calidad.

Adicionalmente, los inversores de bienes de consumo extranjeros suelen tener una estructura financiera más sólida, así como una mayor capacidad para invertir en infraestructura de producción, investigación y desarrollo para mejorar la calidad del producto. Y en publicidad y promoción de sus productos.



2.2. Alimentos

El 70% de la población vietnamita continúa siendo rural, por lo que la producción agrícola tiene gran influencia en las tendencias de consumo. Debido a la gran población del país, la seguridad alimentaria -o el deseo del estado vietnamita de no depender de las importaciones de alimentos- siempre ha sido un tema presente en Vietnam. Como resultado de ello, el sector agrícola del país se ha convertido en una de sus industrias más importantes y sirve como un importante proveedor de empleo, especialmente en las zonas rurales.

Gracias a una importante inversión gubernamental en el sector, la agricultura en Vietnam se ha desarrollado enormemente en los últimos años. La producción ha crecido hasta el punto de que el país puede satisfacer la demanda interna en la mayoría de las áreas.

En términos de tendencias de consumo en alimentos, la expansión de patrones de vida no tradicionales y el aumento de los ingresos -que han acompañado el crecimiento económico de Vietnam, particularmente en los principales centros urbanos- han aumentado la demanda por parte de los consumidores de comidas rápidas, alimentos gourmet y de lujo. Los fabricantes nacionales de alimentos están empezando a responder a esta tendencia, aunque lentamente, y están aumentando la gama de alimentos listos para comer y semi-preparados que se ofrecen.

Se observa que los alimentos básicos constituyen aún la gran mayoría de las compras en este segmento. Pan, arroz y cereales siguen representando más del 40% de las ventas totales de alimentos en el país. Si bien se prevé que éste seguirá siendo el caso hasta al menos 2020, es de esperar que las categorías actualmente con relativo menos desarrollo, como los productos lácteos, experimenten un rápido crecimiento.

2.2.1. Lácteos

Vietnam está dentro de los 20 países con mayor importación de productos lácteos: 70% del consumo son productos importados. Según las estadísticas de la Asociación de Alimentación de Vietnam, en los últimos años, la demanda de leche fresca ha aumentado casi 100% en los últimos 5 años, de 500 millones de litros en 2010 a 991,1 millones de litros en 2015. Según la Oficina General de Estadísticas (GSO), 2015 Vietnam importó 86,2 miles toneladas la leche en polvo.

La producción de leche local es baja debido al pequeño tamaño de las granjas, lo que impide aprovechar economías de escala; a tecnologías y técnicas de producción poco avanzadas; a la falta de conocimiento de los granjeros sobre ganadería y a la falta de experiencia y capacidad financiera para asegurar alimentación de calidad al ganado. Además, según el Departamento de Producción Ganadera de Vietnam, el 54% del ganado bovino local se considera de razas improductivas. Todo ello lleva a una escasa producción, de baja



calidad. La producción lechera se enfrenta a un desequilibrio entre la oferta y la demanda, ya que los rebaños lecheros domésticos sólo satisfacen alrededor del 20-30% de la demanda total de productos lácteos en todo el país. Las compañías lácteas dependen de leche en polvo importada en lugar de leche fresca.

El sector lácteo vietnamita ha experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años. Los principales impulsores de este crecimiento han sido el aumento de la urbanización y los ingresos, acompañados de cambios en los hábitos alimentarios de los consumidores. Las empresas multinacionales, en particular, han logrado influir en las preferencias de los consumidores con su considerable poder publicitario y promocional. Es dable esperar que el aumento de la cantidad de ganado y de las inversiones de los sectores público y privado -parte del esfuerzo para reducir la dependencia de las importaciones—continúe impulsando dicho crecimiento.

La demanda local de productos lácteos es satisfecha por una combinación de bienes producidos localmente e importaciones de países como Nueva Zelanda, Estados Unidos y Australia. Vietnam DairyProducts Co (Vinamilk) es uno de los jugadores claves en el sector. De hecho, y reflejando la promesa del sector lácteo vietnamita, Vinamilk aspira a llegar a ser una de las 50 fábricas lecheras más grandes del mundo. Otros prominentes productores lácteos incluyen Dutch Lady, Hanoi milk y Anco.

2.2.2. Productos cárnicos

Al respecto del consumo de carne, el suministro de carne de cerdo es estable y suficiente para la demanda interna. No puede decirse lo mismo con respecto a la carne bovina y aviar, que debe ser importada para suplir la insuficiente producción local.

Aunque Vietnam es un país agrícola, sigue importando los principales productos para el sector ganadero, como el maíz, la soja y la harina de pescado. Especialmente dentro de la industria ganadera, la estructura del ganado está severamente desequilibrada.¹

Según estadísticas oficiales, para el período 2015 - 2017 la carne más consumida por los vietnamitas es la de cerdo, representando el 70-74% del consumo total de carne. Le sigue carne aviar con un 18-20% y finalmente la carne roja (bovina, caprina y ovina) con aproximadamente 8 - 10% del consumo.

Sin embargo, en los últimos años la demanda de carne bovina ha incrementado debido a que la estructura del consumo de alimentos está cambiando. En lugar de comer carne de cerdo o pollo, los vietnamitas han aumentado la cantidad de carne de bovino en su consumo diario. En 2017, la demanda de consumo interno

¹ <http://cafef.vn/choang-voi-con-so-gan-nua-ty-usd-nhap-thit-trau-bo-20180116151334467.chn>



fue de aproximadamente 260 mil toneladas de carne de bovino, incrementándose un 5% por año, mientras que el número total de búfalos solo aumentó un 1,6%.

Con la carne de aves, en 2017 Vietnam crió más de 385 millones de aves, alcanzando una tasa de crecimiento del 6,6% con respecto al mismo período en 2016, produciendo más de 1 millón de toneladas de carne y más de 10 mil millones de huevos. Por lo tanto, puede afirmarse que las aves de corral domésticas satisfacen las necesidades del consumo.

2.2.3. Productos de la pesca

Según la Asociación de Exportadores y Productores de Productos del Mar de Vietnam (Vasep), las exportaciones pesqueras de Vietnam en 2017 alcanzaron más de USD 8.300 millones, un aumento de casi 19% comparado con 2016.

El mayor contribuyente a las exportaciones pesqueras sigue siendo el camarón, con un crecimiento de más del 21% y un valor de exportación de USD 3.800 millones. Luego viene el pangasius, que alcanzó casi USD 1.800 millones, con un aumento total de casi 4% en comparación con el año pasado. Las exportaciones de atún, calamar y pulpo probablemente ascenderán a casi USD 600 millones.

En 2017, China ha superado a los Estados Unidos dentro de los principales mercados de importación de camarones de Vietnam. Con un aumento del 37% en 2017 y un valor de importación de USD 420 millones, China lidera también el mercado del pangasius, con un valor de USD 677 millones, más del 60% que en 2016. Según Vasep, China continuará siendo un mercado importante y potencial para las empresas pesqueras vietnamitas.

VASEP también pronostica que las exportaciones pesqueras en 2018 alcanzarán los USD 8.500 millones.

2.2.4. Frutas y verduras

La producción frutícola es un sector importante tanto para el mercado doméstico como en el mercado de exportación. Sin embargo, su contribución a la agricultura nacional es relativamente pequeña, aproximadamente el 6,5% del valor total de la producción agrícola.

Según datos estimados en 2016 por la Oficina General de Estadísticas de Vietnam, el área de cultivo de frutas es de aproximadamente 830.000 hectáreas, con un rendimiento aproximado de 7.5 mil millones de toneladas.

Las frutas con mayor producción son bananas, fruta del dragón, sandía, mango, ananá, lichi, longan, rambután, naranja y durian.



Según la Asociación de Verduras y Frutas de Vietnam, el volumen de exportación de verduras y frutas en diciembre de 2017 se estimó en 335.862 millones de dólares, con un aumento del 43.02% en comparación con el mismo período de 2016.

Actualmente, los 10 principales mercados de destino de las verduras y frutas en Vietnam en 2017 incluyen: China (75,6%), Japón (3,64%), Estados Unidos (2,94%), Corea del Sur (2,59%), y además Países Bajos, Malasia, Tailandia, Emiratos Árabes Unidos, Rusia.²

Por otro lado, Tailandia es el mayor proveedor de frutas y verduras para Vietnam, por un valor de USD 618 millones en los primeros ocho meses de 2017, lo que representa más del 60 por ciento de las importaciones de verduras y frutas del país, y casi el 10% del valor total de las importaciones de productos originarios de Tailandia. Le sigue China con USD 160 millones, Estados Unidos con USD 60 millones; Australia con USD 41 millones; Nueva Zelanda con USD 24.5 millones y Myanmar con 24 millones³.

De acuerdo con el Departamento General de Aduanas, la importación de verduras y frutas del país ha aumentado continuamente en los últimos años, a un promedio de 26% por año en los últimos 5 años.

2.2. Bebidas no alcohólicas

El consumo per cápita de refrescos en Vietnam es actualmente bajo pero está en crecimiento. El sector de bebidas no alcohólicas está dominado por las multinacionales The Coca-Cola Company y PepsiCo. Otros actores multinacionales incluyen a Nestlé, a través de su popular marca de agua embotellada La Vie.

En términos de expansión de sus carteras, los fabricantes locales de refrescos están gradualmente incorporando bebidas más saludables y funcionales como jugos de frutas y té listos para beber, con el propósito de aprovechar una creciente tendencia a cuidar la salud.

Se espera que el consumo de café continúe creciendo a medida que aumenten los ingresos en Vietnam y que en los próximos años participen más actores regionales e internacionales en el mercado de café vietnamita.

2.3. Bebidas alcohólicas

El gobierno impone aranceles altos sobre todas las bebidas alcohólicas importadas, y además hay impuestos específicos para el consumo de este tipo de productos. Como resultado, se ha desarrollado un mercado negro sustancial para los productos de contrabando, con un estimado del gobierno de que un tercio de las ventas de alcohol provienen de bienes de contrabando.

² <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/hang-hoa/xuat-khau-rau-qua-xac-lap-ky-luc-moi-3690510.html>

³ <https://kinhdoanh.vnexpress.net/tin-tuc/hang-hoa/xuat-khau-rau-qua-xac-lap-ky-luc-moi-3690510.html>



Debido a la sensibilidad frente a precios de los consumidores vietnamitas, la mayoría de las bebidas alcohólicas en el país no son segmento premium. Los hábitos de consumo de alcohol del consumidor vietnamita se han centrado tradicionalmente en cerveza y whisky de precios bajos. Sin embargo, esta tendencia está cambiando gradualmente, particularmente dentro de los centros urbanos, a medida que aumentan los ingresos, mostrando una inclinación a vinos de calidad a precios razonables. Los vinos son a menudo percibidos como un símbolo de prestigio social. Por lo antedicho, se espera que el consumo de vinos continúe en aumento (actualmente la tasa de crecimiento anual de este mercado es 10%)

En el segmento de las cervezas, las empresas nacionales como Sabeco (SaigonBeer Alcohol Beverage Corporation) y Habeco (Hanoi Alcohol Beer and Beverage Company) tienen predominancia en el mercado. Sin embargo, cerveceras extranjeras como Heineken, a través de acciones en Vietnam Brewery Limited (VBL) y Asia Pacific Brewery (Hanoi) Limited, son jugadores con cada vez mayor relieve. Lo mismo ocurre con las cervezas artesanales, pero sólo en los grandes centros urbanos.



3. Estadísticas

*Tabla 10: Datos de exportación por sectores**

No.	Principales exportaciones	Volumen (en mil toneladas)					Valor (en millones de dólares estadounidenses)				
		2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
I.	Valor total de exportaciones						132.03	150.217	162.017	176.581	214.091
II.	Valor total de exportaciones de alimentos y bebidas						17.71	20.819	19.528	18.018	24.168
1	Productos de la pesca						6.69	7.825	6.569	7.048	8.316
2	Frutas y verduras						1.07	1.489	1.839	2.457	3.502
3	Cashewnut	262	303	328	347	353	1.64	1.993	2.398	2.841	3.517
4	Café	1.301	1.691	1.341	1.78	1.442	2.72	3.557	2.671	334	3.244
5	Té	141	132	125	131	140	230	228	213	217	230
6	Pepper	133	155	131	178	215	890	1.201	1.259	1.429	1.118
7	Arroz	6.587	6.331	6.575	4.809	5.789	2.92	2.935	2.799	2.159	2.616
8	Mandioca y productos de mandioca	3.127	3.369	4.117	3.697	3.9	1.1	1.137	1.317	1	1.029
9	Pastelerías, dulces y productos de cereales						450	454	463	533	596

*Fuente: Departamento General de Aduanas de Vietnam**

*: Se destaca que la Aduana vietnamita no tiene una categoría estadística para "Alimentos", "Bebidas" o "Alimentos y Bebidas". En ese sentido, se han incluido en este cuadro las estadísticas pertenecientes a productos contabilizados estadísticamente localmente que pertenecen a esas categorías.



*Tabla 11: Datos de importación por sectores**

No.	Principales importaciones	Volumen (en mil toneladas)					Valor (en millones de dólares estadounidenses)				
		2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
I.	Valor total de importaciones						132.03	147.852	165.57	174.804	211.104
II.	Valor total de importaciones de alimentos y bebidas						6.23	7.567	8.207	9.478	11.285
1	Productos de la pesca						720	1.067	1.068	1.112	1.44
2	Leche y productos lácteos						1.1	1.098	900	852	865
3	Frutas y verduras						410	522	622	925	1.547
4	Cashewnut	640	578	856	1.039	1.275	600	650	1.13	1.658	2.533
5	Trigo	1.817	2.076	2.343	4.744	4.66	620	649	601	1.005	994
6	Maíz	2.186	4.764	7.622	8.445	7.727	670	1.216	1.651	1.673	1.504
7	Soja	1.297	1.518	1.707	1.546	1.646	780	873	765	661	708
8	Grasas y aceites de origen animal y vegetal						690	758	682	701	761
9	Pastelerías, dulces y productos de cereales						200	227	224	282	303
10	Otras preparaciones alimenticias comestibles						440	507	564	609	630
III.	Valor total de importaciones desde Argentina (todos los rubros)						1.242	1.715	2.163	2.672	2.548
1	Maíz						45	101	517	845	764
2	Grasas y aceite de origen animal y vegetal						-	-	105	31	16.71

Fuente: Departamento General de Aduanas de Vietnam*

*: Se destaca que la Aduana vietnamita no tiene una categoría estadística para "Alimentos", "Bebidas" o "Alimentos y Bebidas". En ese sentido, se han incluido en este cuadro las estadísticas pertenecientes a productos contabilizados estadísticamente localmente que pertenecen a esas categorías.



4. Tratamiento arancelario

4.1 Aranceles de importación

Vietnam aplica diferentes aranceles de importación:

- Preferencial (Pref.) MFN/WTO: para los países con Acuerdo de Tratamiento de Nación Más Favorecida-MFN (164 países/territorios: incluidos 122 países/territorios miembros de la OMC, 27 países/territorios de la UE y 15 países/territorios no miembros de la OMC);
- Compromisos arancelarios OMC: Vietnam, como miembro de la OMC, se ha comprometido a implementar sus compromisos arancelarios, cuotas arancelarias, y subsidios a la agricultura.
- Especial (Esp.) AFTA/CEPT: para los países con Acuerdo de Tratamiento Especial (11 países/territorios: incluidos 9 miembros de AFTA/CEPT). Vietnam, como miembro del AFTA/CEPT, se ha comprometido a reducir gradualmente los aranceles de importación intrazona (arancel especial).
- Especial en el marco de acuerdos de la zona libre de comercio entre ASEAN y otros países/bloques: como ASEAN-China (ACFTA), ASEAN-Corea del Sur (AKFTA), ASEAN-Japón (AJCEP), ASEAN-Australia y Nueva Zelanda (AANZFTA), ASEAN-India (AIFTA), entre otros.
- Especial en el marco de acuerdos de la zona libre de comercio entre Vietnam y Chile (VCFTA); Vietnam y Corea del Sur (VKFTA)
- Ordinario (Ord.): para el resto. Se aplica una tasa equivalente a 150% de la tarifa de importación preferida aplicada para cada producto.
- Impuesto al Valor Agregado (IVA): además se aplica Impuesto al Valor Agregado (IVA) y/o Arancel de Consumo Especial para productos/servicios especiales (cigarros, cigarrillos, bebidas alcohólicas, autos, discoteca, casino, golf, lotería, entre otros).

En el marco del Acuerdo sobre Cooperación Económica y Comercial firmado en el año 1996 entre los Gobiernos de Argentina y de Vietnam, a los productos de origen argentino se les aplica la tarifa de importación preferencial contra presentación del Certificado de Origen (C/O) correspondiente.

Se adjunta separadamente archivo que incluye los aranceles de importación para los productos pertenecientes al rubro “Alimentos y Bebidas” que son más frecuentemente utilizados⁴. Dicho archivo incluye también IVA aplicado a cada producto.

4.2 Impuesto al Valor Agregado (IVA):

Vietnam aplica la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre mercaderías y servicios desde 1999. Los porcentajes específicos y grupos de bienes afectados han ido variando. La última Ley del IVA es la 13/2008/QH12, modificada a su vez por las leyes No. 31/2013/QH13, 71/2014/QH13 y 106/2016/QH13.

⁴ <https://www.customs.gov.vn/SitePages/Tariff-Search.aspx?language=en-US>



La tasa del Impuesto al Valor Agregado aplicada a los Alimentos y Bebidas es de entre 5% y 10%, dependiendo del producto. Ejemplo: Vinos tiene un IVA del 10% (para mayor información, por favor ver el archivo anexo relativo a aranceles).

4.3 Impuesto al Consumo Especial

Se aplica la Ley del Impuesto al Consumo Especial No. 27/2008/QH12, modificada por la Ley No. 70/2014/QH13 y la Ley No.106/2016/QH13. En dichos documentos se especifica que los productos afectados por el Impuesto al Consumo Especial son: cigarros, cigarrillos y otros productos del tabaco, bebidas alcohólicas, autos, motos de 2 y 3 ruedas con capacidad superior a 125 cm³, aviones, cruceros, gasolina, equipos de Aire acondicionado (90000 BTU o menos) y cartas de juego, entre otros.

En ese sentido, teniendo en cuenta el rubro Alimentos y Bebidas, sólo correspondería pagar este Impuesto a las bebidas alcohólicas, de la siguiente manera:

Período Producto	1.1.2017- 31.12.2017	A partir de 1.1.2018
Licores de nivel de alcohol igual o mayor a 20º	60%	65%
Licores de nivel de alcohol menor a 20º (incluye vinos)	30%	35%
Cervezas:	60%	65%

Según el Decreto 100/2016 / ND-CP, a partir del 1 de julio de 2016, el precio para calcular el Impuesto al Consumo Especial para productos importados para vender directamente al consumidor, y productos elaborados en Vietnam, se determina de la siguiente manera:

$$\text{Precio para calcular impuesto de consumo especial} = \frac{\text{Precio excluyendo el impuesto sobre el valor agregado} - \text{Impuesto para protección de medioambiente (si hay)}}{1 + \text{tasa de impuesto para consumo especial}}$$

Entonces, al arancel de importación de vino (ver el archivo anexo relativo a aranceles) deberá sumarse el Impuesto al Consumo Especial sobre bebidas alcohólicas (para 2018) de un 35%, y el impuesto sobre el valor agregado de un 10%.



5. Requisitos de mercado/ Fitosanitarios

5.1. Documentos y formalidades

El sistema de importación de Vietnam es complejo y la documentación requerida para la importación varía en función del tipo de mercadería y producto de que se trate.

Para realizar los trámites aduaneros de importación, se debe tener los siguientes documentos:

1. Declaración aduanera.
2. Contrato comercial firmado por ambas partes legales.
3. Factura comercial.
4. Guía de embarque (BL).

Otros documentos adicionales son, como ejemplo y no de modo exhaustivo (ya que los requisitos varían de acuerdo al tipo de producto del cual se trate):

1. Listado de empaque (en caso de importación de diferentes mercaderías).
2. Declaración del valor de importación.
3. Certificado de Origen (para gozar de arancel preferencial de importación).
4. Permiso de importación.
5. Contrato de importación por comisión (en caso de importación por comisión).
6. Certificado del control de calidad.
7. Cuota de importación (en caso de importación por cuota).
8. Permiso sanitario vegetal/animal de importación (en caso de plantas, animales y sus productos).

5.2 Estándares de calidad

Dependiendo del tipo de mercaderías importadas de que se trate, deben estar acompañadas de certificados de calidad estándar, certificado de la compatibilidad del estándar, certificados de calidad y seguridad, certificados sanitarios, entre otros.

Vietnam es miembro de la “International Standards Organization” (ISO) desde 1977, de la “International Electrotechnical Commission” (IEC) desde 2002, de la “International Telecommunications Union” (ITU) desde 1976, y de la “Codex Alimentarius Commission” (CAC) desde 1989, para mencionar algunas organizaciones relevantes en este tema.

Dependiendo de cada producto, la Administración de Alimentos (VFA), dependiente del Ministerio de Salud Pública (MOH), puede requerir el Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación (Good Manufacturing Practice -GMP) o el Certificado Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (Hazard Analysis and Critical Control Points -HACCP) o Certificado de ISO (ISO Certificate); y Certificado de Análisis para importar alimentos procesados e ingredientes/aditivos alimenticios. Para importar agroproductos de alto riesgo como ingredientes/aditivos alimenticios, productos lácteos, y productos de alimentación animal se requiere asimismo Certificado de Libre Venta (Certificate of Free Sale-CFS) y Certificado Sanitario.



En el caso de primera importación de un producto pueden pedirse certificados adicionales. Por ejemplo, en el caso de los vinos, cuando se desea importar una nueva marca de vinos, se debe lograr antes de realizar los trámites de importación comercial el Certificado de Seguridad Sanitaria Alimentaria emitido por autoridades competentes.

Se recomienda enfáticamente que los exportadores argentinos consulten con sus compradores extranjeros los requerimientos aplicables a cada caso, para cada producto y su posición arancelaria, antes de que los bienes sean enviados. Ello se debe a que dicha regulación cambia frecuentemente sin darse a conocer con la antelación suficiente, y los compradores locales son los primeros en enterarse de dichas novedades.

5.2.1 Regulaciones para los productos importados de origen animal

De acuerdo con la Minuta firmada el 18 de junio de 2014 entre NAFIQAD y SENASA, el registro en Vietnam de establecimientos exportadores argentinos cuyos productos requieran Certificado Sanitario para ser exportados se rige por la Circular 25/2010/TT-BNNPTNT del 08/04/2010 y sus modificatorias.

Según la Circular 25/2010/TT-BNNPTNT, los Establecimientos Argentinos que deseen exportar productos de origen animal deben estar incluidos en el Listado de los Establecimientos habilitados para exportar sus productos a Vietnam. Para que se incluyan establecimientos en dicho listado es necesario que los dos países aprueben un modelo de Certificado Sanitario. Cada especie o grupo de especie debe tener un Certificado.

Actualmente entre Argentina y Vietnam se encuentran aprobados los Certificados Sanitarios para la exportación a Vietnam de los siguientes productos:

- carne bovina y ovina,
- carne caprina,
- carne aviar,
- productos de carne aviar y ovoproductos.

Después de haber concluido el Certificado Sanitario, las autoridades competentes del país exportador son responsables de proveer al Servicio de Sanidad Animal los documentos de registro correspondientes de acuerdo a las condiciones detalladas en la Circular 25/2010/TT-BNNPTNT.

Actualmente, Argentina tiene 35 Establecimientos habilitados para exportar sus productos a Vietnam.
<http://cucthuy.gov.vn/Pages/danh-sach-cac-doanh-nghiep-cua-22-nuoc-du-dieu-kien-xuat-khau-thuc-pham-co-nguon-goc-dong-vat-tren-can-vao-viet-nam.aspx>

El sitio web mencionado conduce a un sitio oficial en vietnamita, ya que no se encuentra disponible uno en idioma inglés o español. Sin embargo, si al acceder a dicho sitio web se presiona el link al lado del nombre “Argentina” puede accederse a información actualizada en idioma inglés en relación a establecimientos autorizados a exportar, y productos autorizados en caso específico.

5.2.2. Regulaciones para los productos importados de origen vegetal:

La Circular 30/2014/TT-BNNPTNT promulga el Listado de los productos obligados a pasar cuarentena vegetal y el Listado de los productos obligados a realizar el Análisis de Riegos de Plagas además de pasar cuarentena vegetal antes de ser exportados a Vietnam.



- La lista de alimentos sujetos a cuarentena incluye:
 - Tubérculos, frutos, semillas, flores, hojas, troncos, ramas, tocones, raíces, pieles de todo tipo;
 - Granos rotos, salvado, torta de aceite, fibras naturales crudas, fibra vegetal;
 - Harina, almidón de origen vegetal (con algunas excepciones, por ejemplo almidón desnaturalizado);
 - Tallos de tabaco, tabaco fibrado, piensos de ganado, levadura, algodón, residuos de algodón, paja y tallo de arroz, plantas acuáticas;
 - Alimentos para ganado de origen vegetal;
 - Champiñones de todo tipo (excepto los hongos salados, congelados, enlatados y fermentados).
- La lista de alimentos sujetos al análisis de riesgo de plagas incluye:
 - Frutas frescas de todo tipo;
 - Bulbos frescos de todo tipo.

Los productos argentinos de origen vegetal que se encuentran actualmente en negociación (Análisis de Riesgos de Plagas) para ser exportados a Vietnam son:

- cítricos (naranja, mandarina, limón, pomelo),
- cereza (*Prunusavium*),
- manzana (*Malus domesticas*),
- arándanos (*Vacciniumcorymbosum* L) y
- pera (*Pyruscommunis*).

5.3 Etiquetados

Según el Decreto del Gobierno Nro. 43/2017/ND-CP del 14/4/2017 que regula el etiquetado de mercaderías, todas las mercaderías que estén en circulación en el mercado local, tanto producidas localmente como importadas, deben llevar etiquetas.

Según el punto 3 del Artículo 7 de la Circular 43/2017/ND-CP, en el caso de que las mercancías hayan sido importadas a Vietnam y no contengan en su etiqueta todos los contenidos obligatorios en vietnamita, deben tener una etiqueta auxiliar que muestre dichos contenidos obligatorios en vietnamita, conservando las etiquetas originales de los productos. El contenido escrito en vietnamita debe corresponder al contenido de la etiqueta original.

Según el punto 1 del Artículo 10 de la Circular 43/2017/ND-CP, la información que deberá contener una etiqueta de mercaderías contempla lo siguiente:

- Nombre del producto.
- Nombre y dirección de la organización/persona que tiene responsabilidad de producto
- Procedencia de producto



Según las características específicas de cada producto, se detallan los otros contenidos que se deben poner en el etiquetado en el Anexo 1 de la misma Circular.

Alimentos:

- Cantidad (Cuantitativo)
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Información de advertencia (si hay)

Productos alimenticios

- Cantidad (Cuantitativo)
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- ingredientes, Ingrediente cuantitativo
- Información de advertencia
- Instrucciones para uso y conservación

Alimentos para la protección de la salud

- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Ingredientes, ingrediente cuantitativo o valor nutricional
- Instrucciones para uso y conservación
- Advertencia de riesgo (si hay)
- Etiqueta la frase “Thực phẩm bảo vệ sức khỏe” (Alimentos para la protección de la salud)
- Etiqueta la frase “Thực phẩm này không phải là thuốc, không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh” (Este producto alimenticio no es una medicina y no puede ser sustituido de medicamento)

Alimentos irradiados

- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Ingredientes o ingrediente cuantitativo
- Información de advertencia
- Etiqueta la frase “Thực phẩm đã qua chiếu xạ” (Alimentos irradiados)

Alimentos genéticamente modificados

- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Ingredientes o ingredientes cuantitativos



- Información de advertencia
- Etiqueta la frase: “Thực phẩm biến đổi gen” o “biến đổi gen” (Alimentos genéticamente modificados o Genéticamente modificado) a lado de los ingredientes OMG y la cantidad.

Bebidas (excepto bebidas alcohólicas)

- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Ingredientes o ingredientecuantitativo
- Advertencia de riesgo (si hay)
- Instruccionesparauso y conservación

Bebidas alcohólicas

- Cantidad
- Porcentaje de etanol
- Fecha de vencimiento (si hay)
- Instrucciones para conservación (en el caso de vino)
- Información de advertencia (si hay)
- Código de identificación del lote (si hay)

Aditivos alimentarios

- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Ingredientecuantitativo
- Instruccionesparauso y conservación
- Etiqueta la frase “Phụ gia thực phẩm” (Aditivos alimentarios)
- Advertencia (si hay)

Micronutrientes

- Cantidad
- Fecha de producción
- Ingredientes
- Instrucciones para uso y conservación
- Etiqueta con la frase “Dùng cho thực phẩm” (uso para alimentos)

Materiales de alimentos

- Nombre de material
- Cantidad
- Fecha de producción
- Fecha de vencimiento
- Instruccionesparauso y conservación



6. Otra información relevante

6. 1. Estructura de comercialización

6.1.1 Muestras y materiales de publicidad

En general, en lo que se refiere a muestras de productos y materiales de publicidad para presentación o participación en las ferias y exhibiciones, se permite la entrada de las mismas sin arancel ni impuesto de ningún tipo. **Consultar excepciones puntuales antes de realizar el embarque.**

6.1.2. Canales de distribución

Los canales de distribución y venta más importantes de Vietnam son:

- Importadores que distribuyen en el mercado local
- Supermercados, hipermecados y cadenas
- Distribuidores o representantes comerciales

Existen mercados populares y comercios minoristas en todo el país en los que la población de menores recursos puede adquirir productos básicos, y que no importan directamente si no que se abastecen de alguno de los nombrados anteriormente.

Actualmente Vietnam cuenta con aproximadamente 869 supermercados, 170 centros de compras (GSO, 2016) pertenecientes tanto a empresas locales (cadenas de Coop Mark –la Unión de Cooperativas Comerciales de la ciudad Ho Chi Minh; HaproMart –la Corporación Comercial de Hanoi; Vinmart – Vingroup; Maximart; Citimart; Vinatex; Fivimart, entre otras); como a empresas extranjeras (Mega Market -Tailandia; Big C Vietnam - Tailandia; LotteMart - Corea, entre otras).

6.1.3. Promoción de ventas

Los supermercados, centros de compras e hipermercados efectúan, como regla general, promociones de diversos artículos mediante descuentos o regalos. Los productores, importadores y distribuidores promueven ventas por sala de exposición permanente o participación en ferias y exposiciones, así como también por descuentos o regalos.

La Embajada Argentina en Vietnam, conjuntamente con los exportadores argentinos e importadores/distribuidores locales, organiza seminarios técnicos y degustaciones (en caso de los alimentos) para lanzar nuevos productos argentinos al mercado local.



7. Ferias y exhibiciones

VIETNAM EXPO

- Website: <http://vietnamexpo.com.vn>
- Organizadores: Ministerio de Industria y Comercio, Agencia de Promoción Comercial de Vietnam.
- Patrocinadores: Vinexad, TH Milk, Hanoi Beer, Duy Tan Plastics, Vietnam Economic News, Vietnam Investment Review, Vietnam News, Info TV, NetNam.
- Próxima edición: 11-14/04/2018.
- Productos: electrodomésticos, alimentos y bebidas, utensilios para el hogar.

VIETNAM FOODTECH

- Website: <http://foodexpo.vn>
- Organizadores: Agencia de Promoción Comercial de Vietnam, Ministerio de Industria y Comercio.
- Patrocinadores: Ministerio de Industria y Comercio, Adpex JSC, VN Economy, Vietnam Investment Review, VNPT, Vietin Bank, Saigon Beer.
- Próxima edición: 14-17/11/2018.
- Productos: Comida sana, ingredientes alimentarios, frutas y hortalizas, carne, bebidas, confitería, mariscos, productos lácteos, alimentos saludables, venta al por menor y franquicias.

VIETFOOD & BEVERAGE – PROPACT

- Website: <http://hcm.foodexvietnam.com/en>
- Organizadores: Vinexad Company
- Patrocinadores: Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Asociación de Alimentación de Ho Chi Minh.
- Próxima edición: 08-11/08/2018.
- Productos: alimentos, bebidas, mariscos, materias primas, maquinaria y tecnología, restaurant y equipos para hoteles y restaurant, etc,

8. Listado de importadores

Se adjunta por separado listado de importadores.