



Mermelada, jalea y otros dulces

Informe comercial elaborado por la
Embajada de la República Argentina en la
República Socialista de Vietnam.

12 de noviembre de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Embajada de la República Argentina en la
República Socialista de Vietnam.

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Descripción general del mercado local | 3 |
| 2. Consumo..... | 4 |
| 3. Importaciones de mermelada, jaleas y otros dulces de origen argentino..... | 6 |
| 4. Establecimientos autorizados a exportar..... | 6 |
| 5. Requisitos de ingreso | 6 |
| 6. Clasificación arancelaria e impuestos..... | 7 |
| 7. Competidores y el precio del producto..... | 10 |
| 8. Estadísticas de importación y exportación..... | 17 |
| 9. Ferias del sector..... | 19 |
| 10. Acciones de marketing para promoción | 20 |
| 11. Listado de Importadores | 21 |

1. Descripción general del mercado local

Vietnam no es un país con larga tradición en producción y procesamiento de mermelada, jalea y dulces similares por la costumbre gastronómica basada en los platos que deben tener sabor salado, carne y sopa. La penetración de la cocina internacional en las principales ciudades y centros turísticos ha ido cambiando el mercado vietnamita y al rostro de la industria alimenticia del país, brindando así a los consumidores vietnamitas más alternativas gastronómicas. Las mermeladas y similares son actualmente una opción para complementar al menú de desayuno y merienda vietnamita así como también utilizados como insumo para preparaciones gastronómicas (Pastelería).

El aumento sostenido de expatriados y del turismo extranjero ha sido uno de los factores para la aparición del producto en el mercado vietnamita, en 2019 año previo a la pandemia, ingresaron al país cerca de 18 millones de llegadas internacionales alcanzando un ingreso de 18.3 mil millones de dólares¹.

Dándose cuenta de esa tendencia, en los últimos años, las empresas locales han comenzado a producir mermeladas utilizando frutas localmente cultivadas, pero aun en pequeña escala y cantidad. No obstante, su proyección al crecimiento se debe a un interés cada vez mayor por la cocina occidental, sobre todo entre los consumidores jóvenes (24-49 años), los que representa más de 60% de la población (unos 96 millones de habitantes) y cuentan con los ingresos crecientes buscando alimentos ecológicos, convenientes y de alta calidad.

Actualmente en el mercado vietnamita hay 2 ofertas de mermelada/jalea: importada y localmente hecha con variedades de frutas. En cuanto a la producción local, también existen dos formas de elaboración. Mermeladas/jaleas industriales: Las elaboran los grandes productores y se caracterizan por ser producidas a gran escala y de manera uniforme, con equipos automatizados y con una distribución de alcance nacional. Mermeladas/jaleas caseras: Las elaboran los pequeños productores y su fabricación es a menor escala y de manera completamente manual y generalmente utilizan las frutas típicas de cada región.¹

Con respecto al dulce de leche, no existen registros recientes de importación. La leche condensada es un producto utilizado como dulces para acompañamiento y como insumo de

¹ Fuente: Administración General de Turismo de Vietnam

la elaboración de otros productos. La leche condensada ha sido un producto muy favorito de los consumidores vietnamitas, especialmente la marca Ong Tho (el señor de la longevidad), desde hace 50 años cuando se estableció la Sociedad Anónima de Productos Lácteos de Vietnam (Vinamilk), una empresa que actualmente representa el 55% del mercado lácteo de Vietnam. Otra marca destacada de esta empresa es Ngôi Sao Phương Nam (estrella del sur).

La leche condensada endulzada de Vinamilk no solo es demandada por los consumidores domésticos, es también uno de los productos de exportación clave de esta empresa. Comenzado con su exportación a 3 mercados grandes: Estados Unidos, Rusia y Japón en 1998, a la fecha los productos de leche condensada de Vinamilk han conquistado 21 países, incluida toda Asia-Pacífico (APEC), algunos países americanos y africanos.

Después de 22 años, los productos de leche condensada de exportación de Vinamilk han crecido 133 veces en volumen y 88 veces en valor. Específicamente, en 1998, Vinamilk exportó 120 toneladas de leche condensada por un valor de USD 239.000. Para 2020, la empresa ha exportado más de 16 mil toneladas de leche condensada, equivalente a 21 millones de dólares.

A parte de las dos marcas de Vinamilk, el consumidor tiene otras alternativas de las otras empresas locales como Nutifood, FrieslandCampina Việt Nam, Nestle ...y otras marcas importadas.

2. Consumo

2.1. Mermelada/jalea

La mayoría de los vietnamitas, salvo una parte de los jóvenes, consideran que el desayuno tiene un rol importante para generar energía para todo el día. Suelen elegir alimentos ricos en almidón y proteína y los platos favoritos para el desayuno son la sopa de fideos con ternera o pollo, el arroz glutinoso, el pan vietnamita con distintos rellenos como paté, jamón, huevo, carne y verduras. Estos platos se pueden preparar en casa o fácilmente encontrar en su camino al trabajo/escuela en cualquier local de venta callejero a un precio muy razonable (oscila entre 0.5 y 2 dólares/una persona). Además, los vietnamitas tienen la costumbre de desayunar afuera con familiares, amigos o compañeros de trabajo, especialmente en el fin de semana. Sin embargo, la pandemia Covid-19 ha provocado cambios notables en los hábitos de desayuno de los consumidores vietnamitas como dejar de desayunar afuera, buscar alternativas de platos más fáciles de preparar y alimentos procesados son una de las opciones por su conveniencia.

Debido a sus preparaciones muy parecidas basadas en la fruta y el azúcar y que suelen tener un sabor dulce, las mermeladas y jaleas tienen el mismo nombre en vietnamita "MÚT PHẾT" y ambos productos pueden consumirse como un acompañante, es decir, utilizarlos para acompañar alguna tostada, galletita, pan fresco, grísín, etc.; o bien utilizarse en repostería (elaboración de tortas, postres, galletitas dulces, pastelitos, y otros).

Siendo un producto de origen occidental, en general, el consumo de mermeladas/jaleas de frutas es para el desayuno. La mermelada/jalea de frutas se puede hacer en casa de forma sencilla y rápida, o se puede comprar en el cualquier supermercado. En la rápida vida urbana actual, este producto es cada vez más demandado por su comodidad y delicioso sabor. Tostadas de pan con mantequilla de maní y mermelada/jalea es una solución excelente para el desayuno en la vida moderna.

De hecho, en verano los vietnamitas preparan jarabe de frutas (durazno, ciruela...) para elaborar bebidas refrescantes y se aprovechan las pulpas concentradas para hacer mermelada/jalea de esa misma fruta para untar en el pan o para hacer pasteles.

Otros usos de mermelada/jalea tomados por los vietnamitas son: Preparar bebidas; Hacer helado; Hacer pasteles; Acompañar con frutas, yogur, galletas durante la merienda.

Debido a no ser un producto en la canasta básica de los vietnamitas, no se puede obtener estadísticas oficiales sobre el consumo local de este producto. Sin embargo, de acuerdo a una consulta a un hotel de 5 estrellas situado en la capital del país, estimaba que dos tercios de los turistas extranjeros demandaban mermeladas con tostadas de pan por ser su hábito diario. Los turistas asiáticas casi no seleccionaron mermeladas para desayunar, sus platos favoritos son los que tenían sopa y especias. Ese hotel solo ofrece mermeladas importadas de Europa, Estados Unidos.

En otras consultas a algunos supermercados y tiendas pequeñas dedicadas a productos importados, se dieron a conocer que ofrecen ambos tipos de mermelada/jalea: importada y localmente hecha, y estiman que el consumo irá aumentando en el futuro. Hay una diferencia notable de precio entre mermeladas importadas y localmente hechas que pueden observarse en la sección 4 de este informe.

La capacidad de producción local no es suficiente para la exportación aunque las empresas locales sí pueden producir mermeladas de distintas frutas como las extranjeras: Frutilla, arándano, durazno, ciruela...hasta aun utilizando tecnología extranjera.

Debe destacar una creciente preferencia de los consumidores vietnamitas hacia variedades de frutas exóticas, productos que contienen frutas y aquellas etiquetadas con atributos especiales como naturales u orgánicas.

2.2. Leche condensada

En el pasado, la leche condensada se consideraba un "producto de lujo" o se utilizaba para alimentar a los enfermos y los niños cuando los productos lácteos líquidos no eran populares en Vietnam. Hoy en día, la leche condensada aún mantiene su posición en el corazón de los consumidores vietnamitas. La leche condensada es utilizada para acompañar al pan, a las frutas, hacer batidos, hacer flan, yogur, helados, así como marinar productos horneados, hacer salsa, hacer estofado, ensaladas....

3. Importaciones de mermelada, jaleas y otros dulces de origen argentino

La empresa Phuong Hoang Joint Stock Company que actualmente es la importadora y distribuidora de los productos del Grupo Arcor en Vietnam, una vez importó las mermeladas Arcor. Sin embargo, se dio a conocer que debido a la falta de interés de los consumidores locales, dejó de comercializar ese producto.

4. Establecimientos autorizados a exportar.

No se requiere autorización previa para poder exportar a Vietnam.

5. Requisitos de ingreso

Auto-declaración de la higiene y seguridad alimentaria

Las empresas deben importar muestras de productos interesados para llevar a cabo los procedimientos de auto declaración de la higiene y seguridad alimentaria.

Inspección de la calidad del producto

Una vez que haya sido declarado el producto, las empresas podrán importar el producto.

Antes de su llegada al puerto, la empresa se registra para la inspección de calidad de la

mercancía en el Portal Único. Cuando se le otorga un número de registro, la empresa lleva las mercancías al lugar de inspección de calidad para su registro.

Expediente para la liberación aduanera

- Factura Comercial
- Lista de empaque
- Contrato de Venta
- Formato de declaración aduanera
- Conocimiento de empaque
- Certificado de origen
- Certificado de declaración de higiene y seguridad alimentaria
- Certificado de calidad

6. Clasificación arancelaria e impuestos

Al importar los productos del código HS2007, el importador debe pagar los derechos de importación y el impuesto al valor agregado (IVA). El IVA de este producto es del 10%. La tasa impositiva preferencial de importación es del 35-40% (según el código del SA).

En los casos en que el producto se importa de países con acuerdos de libre comercio con Vietnam, pueden disfrutar de aranceles preferenciales especiales de importación.

Aranceles a las importaciones que aplica Vietnam:

- Preferencial (Pref.) MFN/WTO. Para los países con Acuerdo de Tratamiento de Nación Más Favorecida (MFN); ellos son 164 países/territorios, incluidos 122 miembros de la OMC, 27 países/territorios miembros de la UE y 15 países/territorios no miembros de la OMC.
- Compromisos arancelarios ante la OMC. Vietnam, como miembro de la OMC, se ha comprometido a implementar sus compromisos arancelarios, cuotas arancelarias y subsidios a la agricultura.
- ATIGA (ASEAN Trade in Goods Agreement). Para los países miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático: Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania y Camboya.
- Especiales, en el marco de tratados de libre comercio de la región ASEAN y otros países/bloques. Tales como ASEAN-China (ACFTA), ASEAN-Corea del Sur (AKFTA),

ASEAN-Japón (AJCEP), ASEAN-Australia y Nueva Zelanda (AANZFTA), ASEAN- India (AIFTA).

- Especial, en el marco del Tratado de Asociación Económica entre Vietnam y Japón – VJEPA. Vietnam – Japan Economic Partnership Agreement.
- Ordinario (Ord.). Para los países con los cuales no tiene Tratados especiales.

En el marco del Acuerdo sobre Cooperación Económica y Comercial firmado entre los Gobiernos de Argentina y Vietnam (1996), Vietnam aplica a los productos de origen argentino un arancel de importación preferencial, contra presentación del certificado de origen (C/O) correspondiente.

Tarifas arancelarias del producto 2007

| Código | 200710 | 200791 | 200799 |
|--------------------------|--|---|--|
| Descripción | Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de agrios "cítricos", obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (Preparaciones homogeneizadas) | Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de agrios "cítricos", obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. preparaciones homogeneizadas) | Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. de agrios "cítricos", así como las preparaciones homogeneizadas) |
| VAT | 10 | 10 | 10 |
| Normal | 52.5 | 52.5 | 60 |
| Prefer. Aran. | 35 | 35 | 40 |
| ACFTA | 0 | 0 | 0 |
| ATIGA | 0 | 0 | 0 |
| AJCEP | 5 | 5 | 5 |
| VJEPA | 7.5 | 7.5 | 7.5 |
| AKFTA | 0 | 0 | 0 |
| AANZFTA | 0 | 0 | 0 |

| | | | |
|--|------|------|------|
| AIFTA | 0 | 0 | 0 |
| VKFTA | 0 | 0 | 0 |
| VCFTA | 15 | 15 | 17 |
| VN-EAEU FTA | 0 | 12.7 | 0 |
| CPTPP (México) | 17 | 17 | 20 |
| CPTPP (Australia, Canada, Japan, New Zealand, Singapore, Vietnam) | 11.3 | 11.3 | 13.3 |
| EVFTA | 23.3 | 26.2 | 26.6 |

Fuente: <https://Caselaw.vn>

Tarifas arancelarias del producto HS040299

| | |
|----------------------|--|
| Código | HS040299 |
| Descripción | Leche y nata "crema", concentradas, con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. en polvo, gránulos o demás formas sólidas) |
| VAT | 10 |
| Normal | 7.5 |
| Prefer. Aran. | 2 |

| | |
|---|------|
| ACFTA | 0 |
| ATIGA | 0 |
| AJCEP | 30 |
| VJEPA | 30 |
| AKFTA | 0 |
| AANZFTA | 0 |
| AIFTA | 8 |
| VKFTA | 0 |
| VCFTA | 5 |
| VN-EAEU FTA | 0 |
| CPTPP (México) | 8 |
| CPTPP (Australia, Canada, Japan, New Zealand, Singapore, Vietnam) | 4 |
| EVFTA | 13.3 |

Fuente: <https://Caselaw.vn>

7. Competidores y el precio del producto

7.1. Marcas importadas

Actualmente, en Vietnam existen distintas marcas de mermeladas importadas de Francia, España, Alemania, Suiza, EE.UU...y son productos favoritos de turistas extranjeros y consumidores locales de clase media. En la siguiente tabla, se proporcionan ejemplares de algunas marcas importadas más populares en Vietnam tomando como ejemplo mermelada de frutilla con peso casi similar en orden ascendente de precio.

| | Marcas | Ejemplar de productos | Precio |
|---|-----------------------|---|--------------------------|
| 1 | Every Home - Malaysia |  | 53.000vnd (2.3usd)/450gr |


| | | | |
|---|--------------------------------|---|----------------------------|
| 2 | Fragata – España |  | 86.000vnd (3.7usd) /350gr |
| 3 | Chung Jung One – Korea del Sur |  | 120.000vnd (5.2usd)/380gr |
| 4 | Crofter's – EE.UU |  | 160.000vnd (6.9usd)/283gr |
| 5 | Kitchen & Love Cucina – Suiza |  | 165.000vnd (7.17usd)/350gr |
| 6 | Bonne Maman – Francia |  | 172.000vnd(7.47usd)/370gr |

| | | | | |
|---|--------------------------------------|---|--|---------------------------|
| 7 | Smucker's EE.UU | - |  | 180.000vnd(7.82usd)/340gr |
| 8 | Les Comtes De Provence Francia | - |  | 210.000vnd(9.13usd)/350gr |
| 9 | Dmbio Alemania | - |  | 220.000vnd(9.56usd)/340gr |


7.2. Marcas locales

Siendo un producto recientemente introducido en la gastronomía vietnamita, no existen muchas empresas locales dedicadas a la fabricación de este producto. Entre las 6 empresas mencionadas en la siguiente tabla, 3 son de dueños franceses. Es fácil observar que los productos de marca local tienen precios menores que los de marcas importadas mostradas en la tabla del punto a.

| | Marcas | Ejemplar de productos | Precio |
|---|---|---|--|
| 1 | <p>Berrino - Vinafruit</p> <p>https://www.berrino.vn/</p> <p>Berrino es una marca de jugos, mermelada (filling y topping) perteneciente a Vinafruit Co., Ltd. Con el deseo de satisfacer las</p> |  | <p>78.000vnd(3.39usd)/950gr</p> <p>No hay envase de menor peso</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>necesidades de utilizar materias primas preparadas con frutas frescas, Berrino fue desarrollada para brindar a los clientes con productos elaborados con frutas frescas: arándanos, frambuesas, maracuyá, melocotones, naranjas, mangos, piñas, etc.</p> | | |
| <p>2 Andros Asia –Vietnam</p> <p>https://andros-asia.com/fruit-jams/</p> <p>Una empresa francesa con 2 fábricas ubicadas en la provincia de Tien Giang, una provincia en el Delta del Mekong, la zona de producción de frutas más grande del país.</p> <p>Además de procesar los productos típicos de Andros para exportar a la UE y atender la demanda del mercado interno, Andros también se enfocará en cooperar con las autoridades locales para construir cadenas de producción de frutas y hortalizas a gran escala como: mango, piña, pitaya, cereza, maracuyá,... según la normativa europea, creando zonas de materia prima tanto para procesamiento como para exportación.</p> |  | <p>157.000vnd(6.82usd)/1000gr</p> <p>No hay envase de menor peso</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>3 Golden Farm</p> <p>https://canhdongvang.com/tim-kiem/?thuong_hieu=0&dong_san_pham=58&sap_xep_gia=0&doi_tuong_su_dung=0&tim_kiem=1</p> <p>Nació en 2000, la empresa anónima de Canh Dong Vang (Golden Farm Co., Ltd) es una empresa especializada en alimentos y bebidas a la gastronomía occidental con marcas Golden Farm, Hush, Mama Rosa y Sabor Asiático. Sus productos están presentes en todos los hipermercados, supermercados, centros comerciales más grandes de Vietnam y son exportados también a los mercados exigentes como Japon, Korea del Sur, Australia, las Filipinas y Cuba</p> |  | <p>31.000vnd(1.34usd)/210gr</p> |
|---|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| <p>4 Le Fruit</p> <p>https://vergersmekong.com/our-brands/le-fruit</p> <p>Es una marca de la empresa Les Vergers Du Mékong creada por un francés llamado Jean-Luc en 2000. Es un modelo de negocio único desde las primeras etapas desde la granja hasta la mesa: la empresa integra una sólida cadena de suministro local, el procesamiento de productos naturales y la distribución directa en Vietnam y Camboya. Su fábrica se encuentra ubicada en la provincia de Can Tho, una provincia en el Delta del Mekong, la zona central de los huertos mas grandes de Vietnam.</p> <p>Le fruit fue la primera marca vietnamita que ganó el premio Great Taste Awards en 2016 por su mermelada de pomelo y mandarina y mermelada de kumquat.</p> <p>https://vietnamtimes.org.vn/le-fruit-wins-great-taste-award-with-locally-sourced-produce-in-vietnam-3722.html</p> |  | <p>45.000vnd(1.95usd)/225gr</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|--|
| <p>5 La Fresh</p> <p>https://la/freshdalat.vn/mut-dau-tam/mut-dau-tam-hu-thuy-tinh-1kg-29.html</p> <p>Es una marca de LA FRESH DA LAT CO., LTD una empresa especializada en el procesamiento de productos agrícolas, ubicada en la ciudad de Da Lat, Lam Dong, una provincia de las tierras altas de Vietnam, famosa con frutas y flores. Los productos LAFRESH se fabrican en una línea moderna y cerrada a la tecnología francesa.</p> <p>Sus productos son zumo de frutas, batido de frutas y mermelada de frutas y solamente suministra sus productos al mercado doméstico.</p> |  | <p>45.000vnd(1.95usd)/210gr</p> |
| <p>6 La Petite Epicerie Saigon</p> <p>https://www.facebook.com/pg/LaPetiteEpicerieSaigon/posts/</p> <p>La Petite Epicerie Saigon (Empresa Anónima de Productos de Lujo Francia y Vietnam) se estableció en la ciudad sureña de Ho Chi Minh por 3 expertos franceses. La Petite Epicerie Saigon tiene como misión de crear productos verdaderamente excelentes utilizando ingredientes locales al estilo francés y,</p> |  | <p>115.000vnd(5usd)/220gr</p> |

| | | |
|---|--|--|
| produce mermeladas y frutos secos utilizando frutas frescas y especias cultivados en Vietnam con una receta tradicional francesa. | | |
|---|--|--|

8. Estadísticas de importación y exportación.

Importaciones de Vietnam de confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (HS 2007)

Unidad: miles de dólares

| Año | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Mundo | 3.439 | 4.881 | 5.255 |
| China | 499 | 426 | 1.342 |
| Tailandia | 500 | 1.135 | 1.131 |
| Malasia | 310 | 587 | 467 |
| Corea | 211 | 399 | 405 |
| Francia | 390 | 761 | 370 |
| Japón | 101 | 163 | 237 |
| Australia | 61 | 199 | 232 |
| Taipéi | 317 | 227 | 232 |
| Alemania | 172 | 181 | 203 |
| EE.UU | 181 | 346 | 200 |

Fuente: <https://www.trademap.org/>

Exportaciones de Vietnam de confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (HS 2007)

Unidad: miles de dólares

| Año | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------|---------------|---------------|---------------|
| Mundo | 17.125 | 17.129 | 20.257 |
| EE.UU | 1.909 | 2.862 | 6.628 |
| Malasia | 2.176 | 2.154 | 2.486 |
| Arabia Saudita | 1.529 | 1.625 | 1.878 |
| Filipinas | 2.073 | 2.019 | 1.624 |
| Taipei | 1.373 | 2.494 | 1.579 |
| China | 3.061 | 1.248 | 1.334 |
| Corea | 945 | 826 | 969 |
| Tailandia | 236 | 467 | 609 |

Fuente: <https://www.trademap.org/>

Importaciones de Vietnam de Leche y nata "crema", concentradas, con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. en polvo, gránulos o demás formas sólidas) (HS 040299)

Unidad: miles de dólares

| Año | 2018 | 2019 | 2020 |
|----------------|---------------|---------------|--------------|
| Mundo | 27.556 | 16.669 | 7.746 |
| Malasia | 14.910 | 9.569 | 4.970 |
| Indonesia | 710 | 1.230 | 1.724 |
| Polonia | 893 | 284 | 592 |
| Belgica | 72 | 210 | 170 |
| Alemania | 102 | 55 | 162 |
| Nueva Zelandia | 103 | 44 | 64 |

| | | | |
|-----------|-----|-----|----|
| Francia | 91 | 28 | 24 |
| Australia | 775 | 555 | 19 |

Fuente: <https://www.trademap.org/>

Exportaciones de Vietnam de Leche y nata "crema", concentradas, con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. en polvo, gránulos o demás formas sólidas) (HS 040299)

Unidad: miles de dólares

| Año | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Mundo | 13.359 | 12.805 | 15.279 |
| Filipinas | 6.961 | 5.928 | 7.092 |
| EE.UU | 169 | 798 | 2.618 |
| Taipei | 1.155 | 1.608 | 1.505 |
| Iraq | 768 | 545 | 1.117 |
| Malasia | 1 | 10 | 980 |
| Emiratos Árabes Unidos | 235 | 386 | 649 |
| Corea | 273 | 437 | 534 |
| Canada | 473 | 364 | 382 |

Fuente: <https://www.trademap.org/>

9. Ferias del sector

VIETFOOD & BEVERAGE 2021

Fecha: 12-14/08/2021

Lugar: Saigon Exhibition & Convention Center (SECC) – Hochiminh

Organizador: Vietnam International Trade Fair and Advertising Company (VINEXAD)

Sitio web: <https://hcm.foodexvietnam.com/>

FOOD AND HOTEL VIETNAM 2021

Fecha: 07-09/09/2021

Lugar: Saigon Exhibition & Convention Center (SECC) – Hochiminh

Organizador: Informa Markets; SES Vietnam Exhibition Services Co., Ltd.

Sitio web: <https://foodnhotelvietnam.com/>

VIETFOOD & BEVERAGE 2021

Fecha: 03-06/11/2021

Lugar: Hanoi International Center for Exhibition (ICE) – Hanoi

Organizador: Vietnam International Trade Fair and Advertising Company (VINEXAD)

Sitio web: <http://www.hn.foodexvietnam.com/>

VIETNAM FOODEXPO 2021

Fecha: 7-10/12/2021

Lugar: Saigon Exhibition & Convention Center (SECC) – Hochiminh

Organizador: Vietnam Trade Promotion Agency; Adpex JSC

Sitio web: <https://foodexpo.vn/>

10. Acciones de marketing para promoción

En relación a la estrategia comercial, se recomienda estudiar los precios de otras marcas extranjeras presentes en Vietnam para tener un precio competitivo de tal forma de ganar una ventaja en la porción del mercado. Además se pueden considerar efectuar degustaciones en ferias o eventos locales, hipermercados, supermercados que permitan dar a conocer aún más el producto. La degustación del producto ha sido una forma eficiente para conquistar paladares de los consumidores. Además, una vez definida su contraparte importadora, se puede llevar a cabo la difusión del producto en su página web o red social como Facebook, instagram...

11. Listado de Importadores

| OR. | COMPANY | WEBSITE | EMAIL | CONTACT | EMAIL |
|-----|--|---|--|--|--|
| 1 | HANOI TRADE CORPORATION (HAPRO) Hanoi | http://www.haprogroup.vn/ | doingoai@haprogroup.vn | Ms. Ly International Relation Dept. +84 9913271666 | doingoai@haprogroup.vn |
| 2 | BIG C Ciudad Hochiminh | http://www.bigc.vn/ | dvkh@bigc-vietnam.com | Ms. Nguyen Thao Sourcing Dept. +84 918221333 | thao.nguyenthi@vn.centralretail.com |
| 3 | VINCOMMERCE JSC - VIN GROUP Hanoi | https://vincommerce.com/ | cskh@adayroi.com | Mr. Tran Cuu Quoc Purchasing Director +84 912 818075 | v.quoctc1@vincommerce.com |
| 4 | MM MEGA MARKET VIETNAM Ciudad Hochiminh | http://mmvietnam.com/ | contactus@mmvietnam.com | Ms. Pham The Hoang Vy Import Dept. +84 28 35190390 ex 4454 | vy.pham-the-hoang@mmvietnam.com |
| 5 | SAIGON CO.OP DISTRIBUTION CO., LTD Ciudad Hochiminh | http://www.saigonco-op.com.vn/ | | Mr. Le Thanh Viet Director +84 913 104 927 | viet- lt@saigonco- op.com.vn; vietlt@gmail.c om |
| 6 | CLASSIC FINE FOODS VIETNAM Ciudad Hochiminh | http://www.classicfinefoods.com/ | customerservice@classicfinefoods.com.vn | Ms. Phuong Manager of Purchasing Dept. Tel: (84.8) 3740 7105 ext. 128 | phuong@classicfinefoods.com.vn |
| 7 | ANNAM GROUP Ciudad Hochiminh | https://annam-group.com/ | info.vietnam@annam-finefood.com | Ms. Nguyen Phuong Ha CEO | ha.nguyenphuong@annam-group.com |
| 8 | GOODFOOD Ciudad Hochiminh | http://goodfood.com.vn/ | order.hcm@goodfood.com.vn | Mr. Jimmy Ong Director of Operations Mob: +84 903 803233 | jimmy@goodfood.com.vn |

| | | | | | |
|----|---|---|--|--------------------------------------|--|
| 9 | HAPRO DISTRIBUTION CO., LTD Hanoi | http://haprodc.vn | haprodc@gmail.com | Ms. Nguyễn Lê Hoa | haprodc@gmail.com |
| 10 | 247 HIGH QUALITY FOODS CO., LTD Hanoi | http://thucphamcaocap247.com | thucphamcaocap247@gmail.com | | |
| 11 | Phuong Hoang Joint Stock Company | https://phuonghoangjsc.com.vn/ | | Ms. Đinh Hồng Thu 083.6688.078 | |



Muchas gracias por su atención.

Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada de la República Argentina en la República Socialista de Vietnam.

<http://www.eviet.mrecic.gov.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

