

A satellite-style map of Earth showing South America and Southeast Asia. The map is centered on the Atlantic Ocean, with South America on the right and Southeast Asia on the left. The text 'SUDESTE ASIÁTICO' is written in white capital letters across the top of the Southeast Asian region. A red dot is placed on the northern coast of South America, with the word 'Colombia' written in white capital letters below it.

SUDESTE ASIÁTICO

Colombia



PROCOLOMBIA
EKSPOR PARIWISATA INVESTASI SLOGAN NEGARA

Oficina Comercial Indonesia (2021)

Photo credits: *The World Factbook 2021*. Washington, DC: Central Intelligence Agency, 2021.



VIETNAM

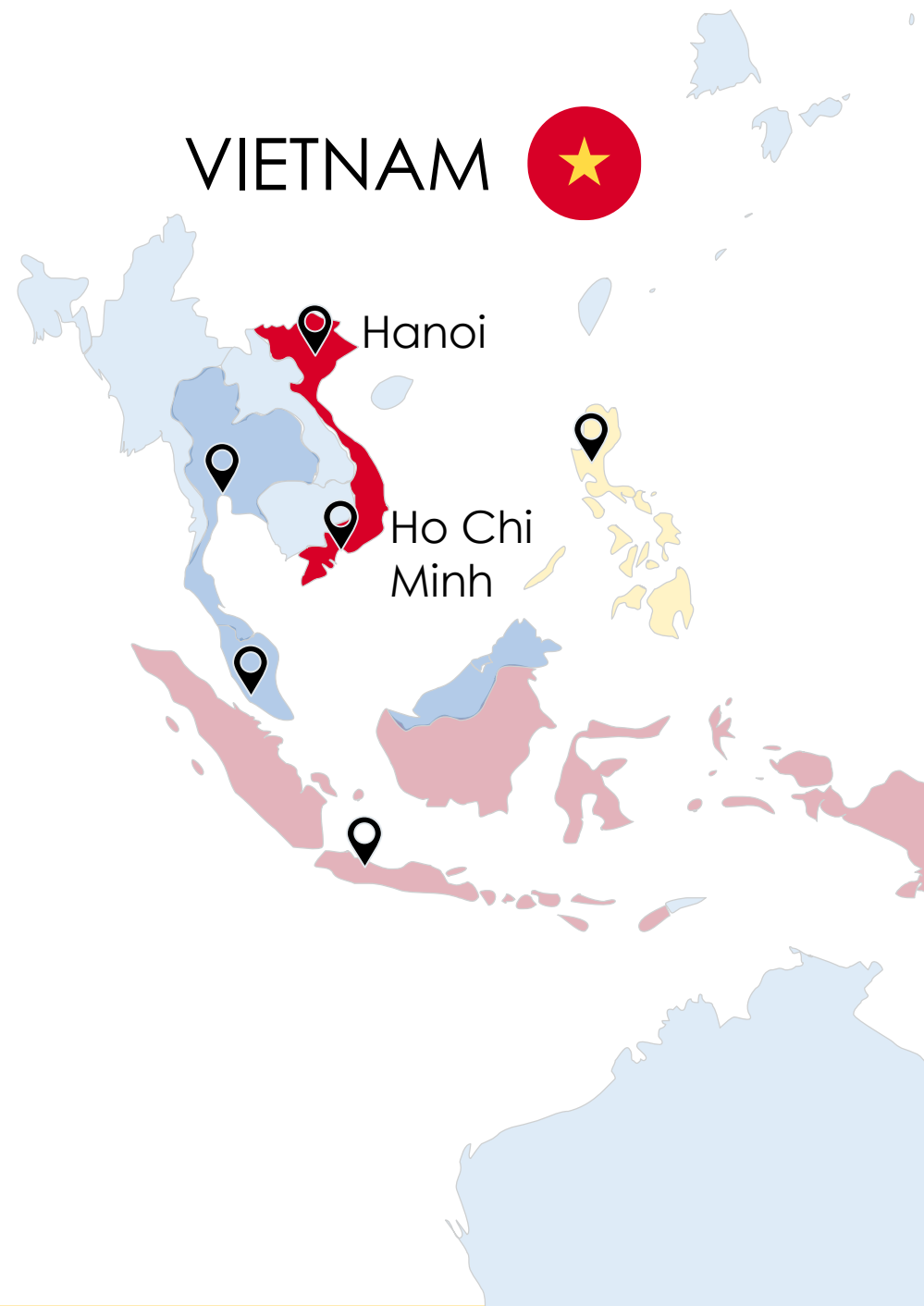


PROCOLOMBIA

EKSPOR PARIWISATA INVESTASI SLOGAN NEGARA



VIETNAM



102,8 millones de personas (est. 2020).¹



PIB per cápita 2.785 dólares. (2020)²



37,8% población 0-24 años.¹



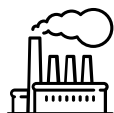
Dong Vietnamita (VND).



38,1% población urbana (2021).¹



81,8% no tiene religión (2009 est.)¹



4,8 millones de personas en Hanoi (capital).¹



70,4% población usa internet (2018 est.)¹

1. *The World Factbook 2021*. Washington, DC: Central Intelligence Agency, 2021.

2. Retrieved from The World Bank.



VALORES SOCIALES Y CULTURALES | VIETNAM

- Horarios de trabajo 7:30 – 16:30. (48 horas por semana).
- Vestimenta formal para todo tipo de eventos: **Ao Dai** Para las mujeres. Los hombres solo lo utilizan en situaciones muy especiales
- Construir una relación personal a largo plazo es importante para negociar con los vietnamitas.
- Es importante tener clara la propuesta de negocio desde el inicio, ya que los vietnamitas son muy pragmáticos y no demostrarán cortesía cuando no les interese dicho negocio.
- Entregan regalos y tarjetas de presentación con las dos manos (suelen poner su WhatsApp).
- Días festivos para tener en cuenta: Tet (año nuevo lunar, a finales de enero o principios de febrero), el día de la reunificación (30 de abril), o el día nacional (2 de septiembre).
- Para las reuniones, asegurarse previamente de que el interlocutor este cómodo hablando en inglés.
- Los vietnamitas ofrecen té y café en sus reuniones, también están muy orgullosos de su gastronomía, y no perderán oportunidad para que usted pruebe algunos de sus platos típicos.

Es importante conocer algunas palabras en Vietnamita



Xin Chao – buenos días / tardes
Se pronuncia Sin Chao



Xin Cam On - Gracias
Se pronuncia Sin Cam On

PARTICULARIDADES DEL MERCADO | VIETNAM

- ✓ A pesar de una evolución en el régimen de comercio internacional, aun persisten barreras arancelarias y no arancelarias sobre todo para bienes de lujo y bienes de producción Nacional.
- 🛒 Vietnam es un **gran productor agroindustrial** (camarones, mariscos congelados, maracuyá, el pomelo, pitahaya, arroz y café entre otros)
- ☀️ Algunos bienes que solo son importados por el Gobierno de Vietnam: cigarros, tabaco, petróleo, aviones, periódicos y revistas.
- 🚫 Para importar productos a Vietnam, hay dos alternativas, la primera crear y registrar una empresa y obtener una licencia de importación y la segunda hacer la importación a través de una empresa que cuente con los registros de importación.



By Antonin Subtil - Own work, CC BY-SA 4.0,
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=45695021>



PERFIL DEL CONSUMIDOR | VIETNAM

1 Edad media de la población 31,9 años. Número de hogares 26,9 millones y hay un promedio por hogar de 3.6 personas. 1

2 Uso generalizado de mercados online en grandes ciudades. Principales actores del comercio electrónico:



3 La población vietnamita prefiere las marcas locales.

4 Los consumidores están adoptando hábitos saludables, por esto, productos con alta calidad están ganando popularidad entre los consumidores más jóvenes. También hay una tendencia a resaltar propiedades maravillosas en los productos como desintoxicadores, afrodisiacos etc.

1. UNFPA

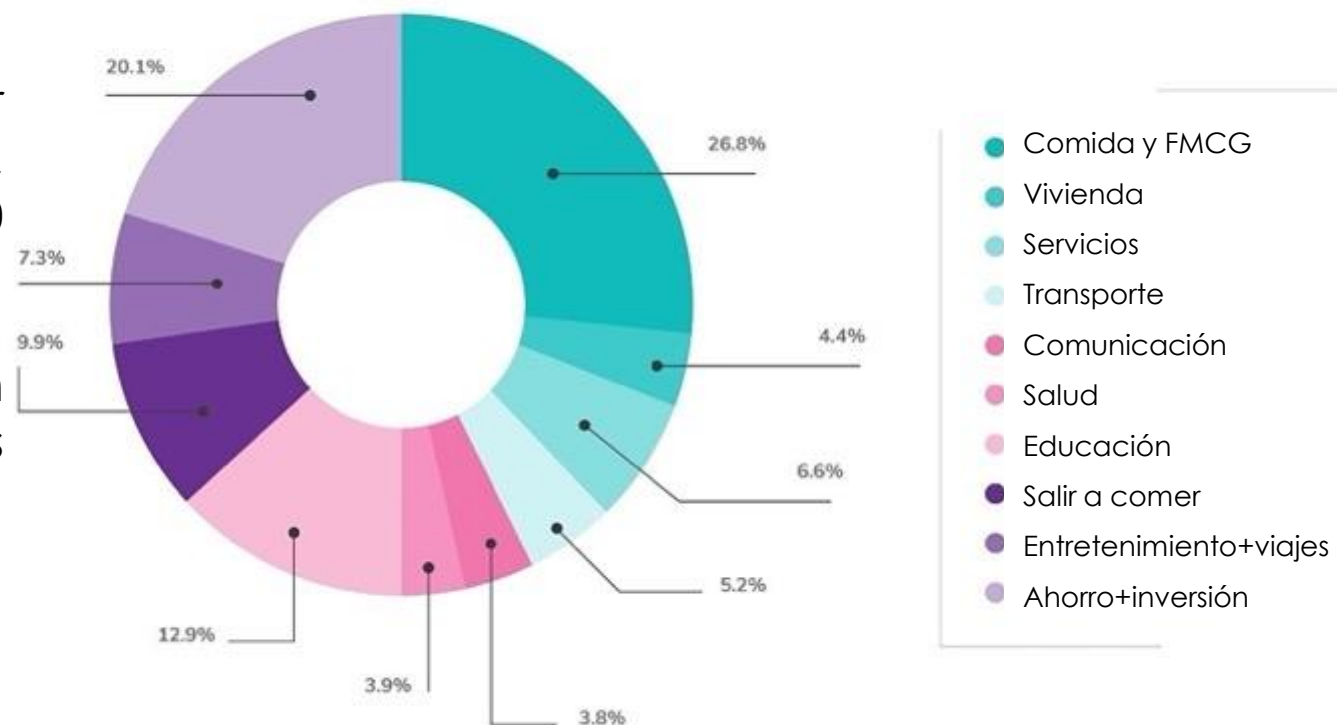
2. Retrieved from <https://wecreatecontent.asia/content-marketing-blog-asia/2020/3/2/exploring-asias-youngest-consumer-market-why-vietnam-now>



PERFIL DEL CONSUMIDOR | VIETNAM

- 5 Debido a un bajo gasto en vivienda y servicios, los vietnamitas poseen un ingreso disponible relativamente alto, por tanto un mayor consumo. ¹
- 6 10% de los pagos se hacen por medio de billeteras electrónicas, son aceptadas en más de 100.000 puntos de venta. ¹
- 7 Las nuevas generaciones prefieren gastar su dinero en experiencias más que en bienes. ¹
- 8 El gasto en educación ha venido aumentando rápidamente. ¹

Gasto por hogar
(% of monthly spending)



1. Retrieved from <https://wecreatecontent.asia/content-marketing-blog-asia/2020/3/2/exploring-asias-youngest-consumer-market-why-vietnam-now>

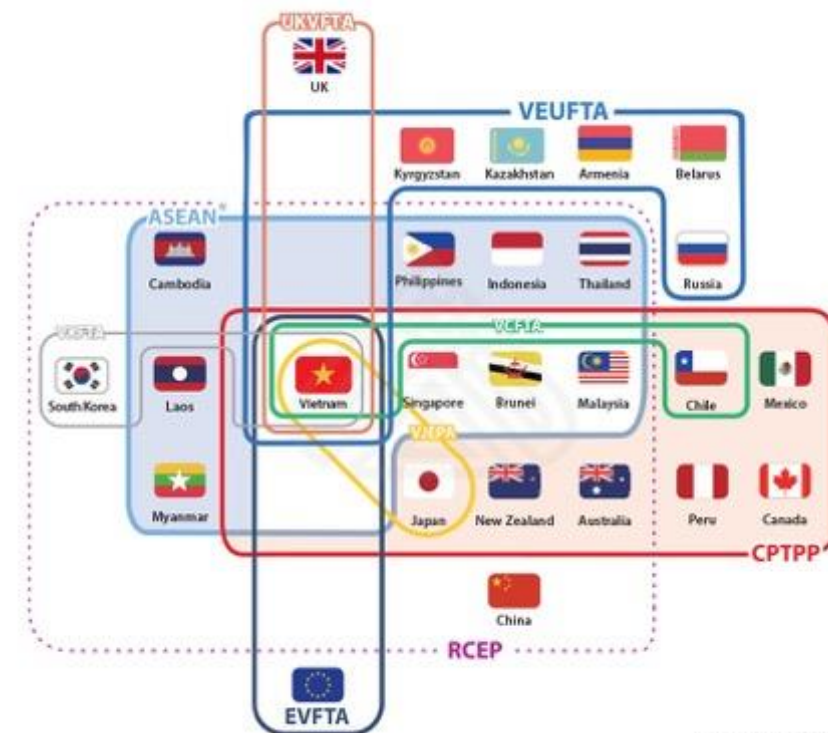


RETOS DEL MERCADO | VIETNAM

- Barreras lingüísticas (Vietnamita).
- Conectividad, tiempo aprox. fluvial (30 días) aéreo (23 horas de vuelo).
- Zona horaria GMT+7. (12 horas de diferencia con Colombia)
- Intervención del gobierno en algunos sectores de la economía
- Acuerdos de Libre Comercio por extensión:
 - AANZFTA: ASEAN, Australia, New Zealand.
 - AFTA : ASEAN, India.
 - AJCEP: ASEAN, Japan.
 - ACFTA: ASEAN, China.
 - AKFTA: ASEAN, Korea.
- Requisitos de Ingreso para productos alimenticios:
 - Productos frescos - admisibilidad
 - Registros.
 - Reglas de etiquetado.



Free Trade Agreements





GRACIAS

Beatriz Eugenia Barreto
Oficina Comercial en Indonesia
bbarreto@procolombia.co



El progreso
es de todos

Mincomercio



PROCOLOMBIA

EKSPOR PARIWISATA INVESTASI SLOGAN NEGARA