



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ

Thị trường
các nước
MERCOSUR

THỊ TRƯỜNG ARGENTINA

Tháng 07/2021

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG

MỤC LỤC

TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến
Thương mại và Đầu tư
Thành phố Hồ Chí Minh
ĐC: 51 Đinh Tiên Hoàng,
Quận 1, Tp.HCM
92 Nguyễn Huệ,
Quận 1, Tp.HCM
Tel: (028) 3823 6738
Fax: (028) 3824 2391
Email: itpc@itpc.gov.vn
Website: www.itpc.gov.vn

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Số 18/GP - XBTT -
STTTT, ngày 17/8/2020
của Sở Thông tin Truyền
thông Tp.HCM



05 TỔNG QUAN VỀ ARGENTINA

11 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG ARGENTINA

24 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ ARGENTINA

45 HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ ARGENTINA

47 CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN LẠC CẦN THIẾT

Nội dung của báo cáo này dùng cho doanh nghiệp tham khảo, thông tin có thể thay đổi bởi các yếu tố khách quan của thị trường hoặc những thay đổi chính sách từ các cơ quan chức năng Argentina và quốc tế.

Doanh nghiệp cần tiến hành thẩm định trước khi triển khai dự án kinh doanh hoặc các thoả thuận thương mại khác.

Vui lòng liên hệ với Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư khi cần sự hỗ trợ. Để tải bản đầy đủ, doanh nghiệp truy cập website www.itpc.gov.vn.

Báo cáo có sử dụng thông tin và số liệu đã công bố của các tổ chức



BỘ CÔNG THƯƠNG



ASOCIACIÓN
MERCOSUR DE
NORMALIZACIÓN



THE WORLD BANK
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP



WORLD TRADE
ORGANIZATION

Cùng một số đối tác khác. Xin chân thành cảm ơn,

Đặc biệt chúng tôi cảm ơn sự hợp tác của
Đại sứ quán Argentina tại Việt Nam
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG ARGENTINA



TỔNG QUAN VỀ ARGENTINA



Argentina là nền kinh tế lớn thứ ba của châu Mỹ La Tinh, Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) đạt 388,279 tỉ USD (Theo số liệu Báo cáo “Triển vọng Kinh tế Thế giới” của IMF (tháng tư 2021)), sau Braxin và Mexico; đứng thứ năm về GDP bình quân đầu người (8.555 USD), sau Uruguay, Chi-lê, Panama và Costa

Rica; và là nước đông dân thứ tư của khu vực với 46 triệu dân.

Năng suất nông nghiệp cao đưa Argentina trở thành một trong những nhà sản xuất lương thực chính của thế giới, với nền nông nghiệp và chăn nuôi quy mô lớn. Argentina nằm trong số những nước xuất khẩu hàng đầu về đậu

tương và các chế phẩm từ đậu tương, và là nhà sản xuất chính hạt hướng dương, chanh, và nhiều nông sản khác. Đồng thời, chất lượng thịt bò Argentina được công nhận trên toàn thế giới, ngành thịt bò đã khôi phục được vị thế truyền thống của mình khi bổ sung vào danh sách các thị trường nhập khẩu như Mỹ, Canada, Trung Quốc, Nhật Bản, và gần đây là Ukraina, Malaysia.

Argentina cũng sở hữu nguồn tài nguyên khoáng sản giá trị. Đứng thứ ba thế giới về trữ lượng lithium, thứ mười về vàng, và nằm trong mười nước sản xuất bạc lớn nhất. Bên cạnh trữ lượng dầu mỏ và khí đốt thông thường, Argentina còn chiếm vị trí thứ tư toàn cầu về trữ lượng dầu đá phiến shale và thứ hai về khí đá phiến shale.

Quốc gia Nam Mỹ có nhiều cụm công nghiệp năng động, như ngành công nghiệp ô tô, với ưu điểm trong việc tiếp cận các thị trường lớn trong khu vực, đã trở thành ngành công nghiệp nổi bật nhất trong xuất khẩu các sản phẩm chế tạo máy móc. Các ngành khác cũng tăng trưởng nhanh như năng lượng tái tạo, công nghệ sinh học và dịch vụ dựa trên tri thức. Argentina là đất nước của 5 trong số các doanh nghiệp kì lân (doanh nghiệp được định giá trên 1 tỉ USD. Mercado Libre, Despegar, Globant, OLX và Auth0. Trong đó, tháng năm 2021, Auth0 đã kí thỏa thuận bán lại cho Công ty Okta, mặc dù vẫn tiếp tục hoạt động như một đơn vị kinh doanh độc lập.) của châu Mỹ La Tinh.

Đồng thời, với nguồn nhân công chất lượng cao, có năng lực, sáng tạo và linh hoạt, Argentina đứng thứ hai châu lục về Chỉ số Phát triển Con người theo đánh giá của Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc (Xếp hạng năm 2019).

Tên đầy đủ: Cộng hòa Argentina

Vị trí địa lý: Nằm ở phía nam của Nam Hoa Kỳ, giáp với phía nam Đại Tây Dương, giữa Chile và Uruguay

Diện tích: 2,780,400 km²

- Đất liền: 2,736,690 km²



- Mặt nước: 43,710 km²

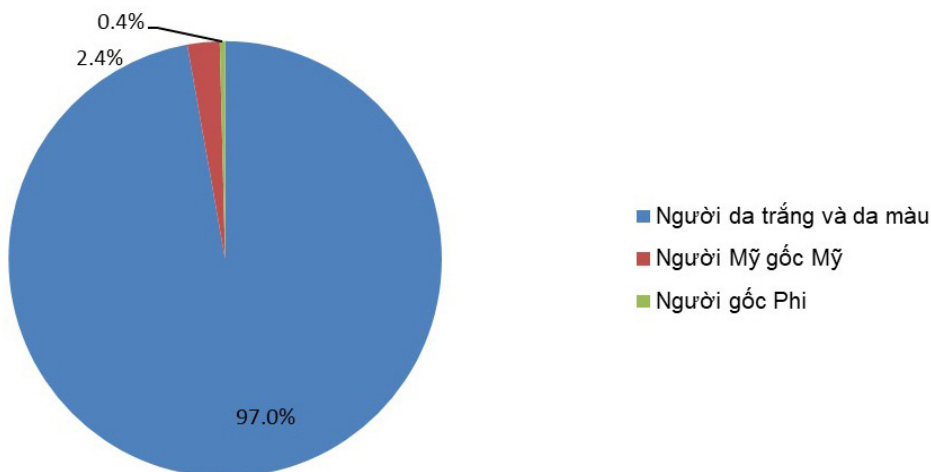
Vùng biên giới

- Tổng: 11,968 km
- Các quốc gia tiếp giáp: Bolivia 942 km, Brazil 1263 km, Chile 6691 km, Paraguay 2531 km, Uruguay 541 km

Tài nguyên thiên nhiên: Có vùng đồng bằng phi nhiều màu mỡ, chì, kẽm, đồng, quặng sắt, mangan, dầu, urani

Dân số: (triệu người) 45.86 (ước tính đến tháng 7 năm 2021)

Thành phần dân tộc

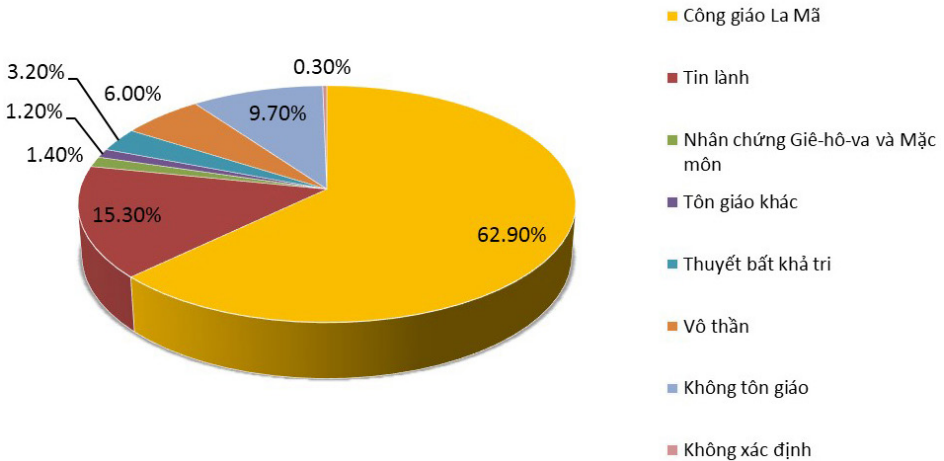


Dân tộc: Người da trắng (phần lớn là người Tây Ban Nha và Italy) và Người da màu (lai giữa người da trắng và người Hoa Kỳ gốc) 97%, người Mỹ gốc Mỹ 2.4% và người gốc Phi 0.4%

Ngôn ngữ: Tiếng Tây Ban Nha (chính thức), Ý, Anh, Đức, Pháp, bản địa (Mapudungun, Quechua)

Tôn giáo: Công giáo La Mã 62,9%, Tin lành 15,3%, Nhân chứng Giê-hô-va và Người Mặc môn 1,4%, tôn giáo khác 1,2%, người theo thuyết bất khả tri 3,2%, người vô thần 6%, không tôn giáo 9,7%, không xác định 0,3% (ước tính năm 2019).

Thành phần tôn giáo



Thủ đô: Buenos Aires

Quốc khánh: 9/7/1816

Hệ thống pháp luật: hệ thống luật dân sự dựa trên các hệ thống pháp luật Tây Âu; vào giữa năm 2015, Argentina đã thông qua bộ luật dân sự mới, thay thế bộ luật cũ có hiệu lực từ năm 1871

Kinh tế: Argentina được hưởng lợi từ nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, dân số biết chữ cao, ngành nông nghiệp định hướng xuất khẩu và cơ sở công nghiệp đa dạng. Mặc dù là một trong những quốc gia giàu có nhất thế giới 100 năm trước, Argentina đã phải hứng chịu thiệt hại trong suốt hầu hết thế kỷ 20 do các cuộc khủng hoảng kinh tế tái diễn, thâm hụt tài chính và tài khoản vãng lai dai dẳng, lạm phát cao, nợ nước ngoài gia tăng và dòng vốn bỏ trốn.

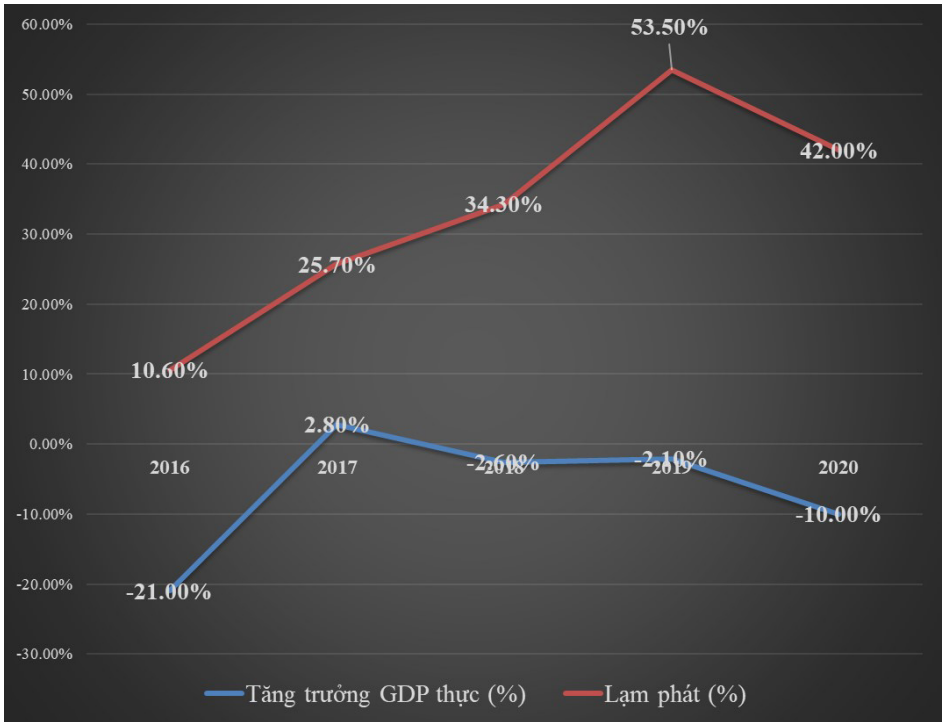
GDP (tỷ USD): 445,4 tỷ USD (2019)

Lãnh đạo cấp cao:

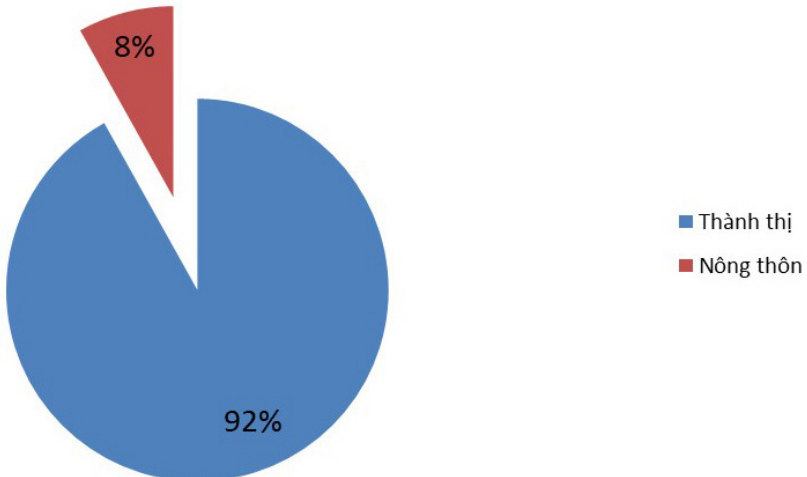
- Tổng thống Alberto Angel FERNANDEZ (kể từ ngày 10 tháng 12 năm 2019); Phó Tổng thống Cristina FERNANDEZ DE KIRCHNER (kể từ ngày 10 tháng 12 năm 2019); tổng thống vừa đứng đầu nhà nước vừa là người đứng đầu chính phủ (2019) Bầu cử / bổ nhiệm: tổng thống và phó tổng thống được bầu trực tiếp trên cùng một lá phiếu theo đa số (để giành chiến thắng, ứng cử viên phải nhận được ít nhất 45% số phiếu bầu hoặc 40% số phiếu bầu và hơn ứng cử viên đứng thứ hai 10 điểm; nếu không xảy ra, một vòng thứ hai được tổ chức); tổng thống phục vụ nhiệm kỳ 4 năm (đủ điều kiện sẽ có nhiệm kỳ thứ hai liên tiếp); cuộc bầu cử được tổ chức lần cuối vào ngày 27 tháng 10 năm 2019 (tiếp theo sẽ được tổ chức vào tháng 10 năm 2023)

Tỷ lệ tăng trưởng GDP thực và Lạm phát

(Nguồn: IMF)

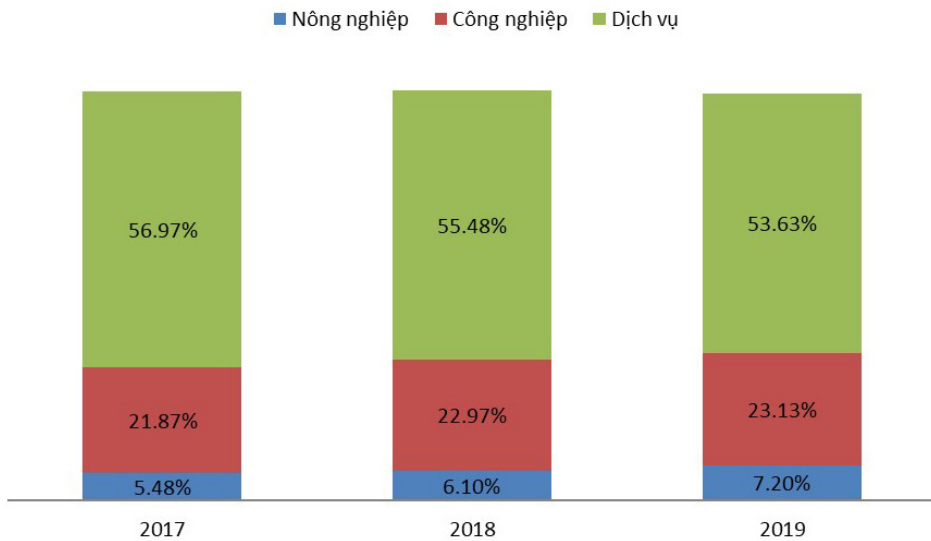


Phân bố dân cư Thành thị - nông thôn (2018)



GDP theo ngành

(Nguồn: Statista)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG ARGENTINA



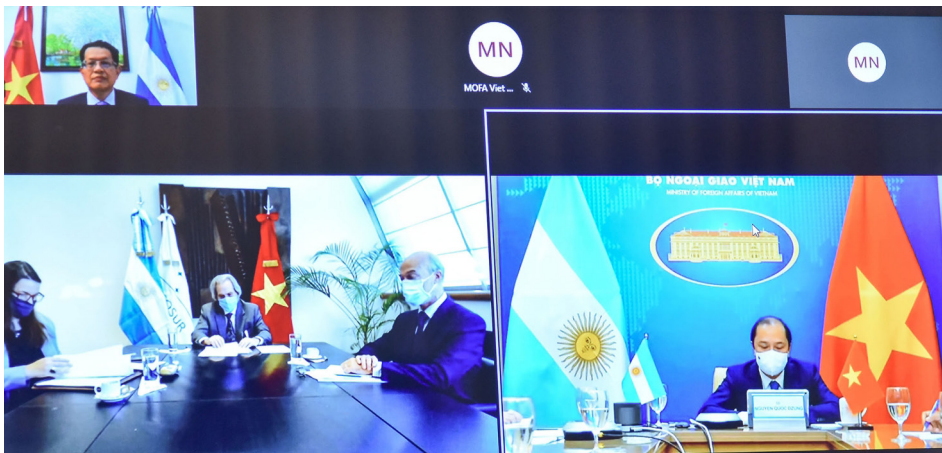
TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ

Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 toàn cầu, GDP năm 2020 giảm 9,9%, mức giảm sâu nhất từ năm 2002 (-10,9%). Mặc dù mọi thành phần kinh tế đều góp phần vào sự sụt giảm này, ngành xuất khẩu vẫn bị ảnh hưởng nặng nề nhất (-17,7%). Tiêu dùng tư nhân và đầu tư giảm 13,0% và tiêu dùng công giảm 4,7%.

Mặc dù tất cả các chỉ số kinh tế cho thấy sự giảm sút, trong quý IV 2020, Argentina đã cho thấy dấu hiệu phục hồi so với quý II cùng năm, khi nền kinh tế đình trệ trầm trọng (-19%). Điều này cho thấy Argentina đã trải qua cuộc khủng hoảng lớn nhất kể từ cuộc khủng hoảng năm 2001, và mặc dù tình trạng bất ổn vẫn còn tồn tại, song điều tồi tệ nhất cho nền kinh tế đã đi qua.

Ngoại thương ngừng trệ do tác động của đại dịch khiến giá sản phẩm quốc tế giảm xuống và nguồn cầu bên ngoài thấp. Tổng xuất khẩu hàng hóa năm 2020 trị giá 54,884 tỉ USD, giảm 15,7% so với năm 2019. Nhập khẩu tổng trị giá 42,354 tỉ USD, ít hơn 13,8% so với năm ngoái. Do đó thặng dư thương mại đạt 12,53 tỉ USD, thấp hơn năm ngoái 21,6%. 4 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu tăng trở lại (21,8% so với cùng kì năm ngoái), sau cả năm 2020 chỉ ghi nhận tăng trưởng âm. Nhập khẩu cũng tăng (37,4%) với tốc độ nhanh hơn xuất khẩu, nên cán cân thương mại giảm nhẹ, xuống còn dương 4,001 tỉ USD.

Trong khi đó, thương mại dịch vụ năm 2020 thâm hụt 2,367 tỉ USD, giảm hơn 50% so với 2019. Thương mại dịch vụ là một trong những khu vực bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi đại dịch, giảm mạnh (hơn 40%) kể từ quý II năm ngoái, cả về xuất nhập khẩu.



Thứ trưởng Ngoại giao Nguyễn Quốc Dũng và Thứ trưởng Ngoại giao Argentina Pablo Anselmo Tettamanti đồng chủ trì phiên Tham khảo Chính trị cấp Thứ trưởng Ngoại giao lần thứ VIII theo hình thức trực tuyến.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI trong quý IV năm 2020 giảm 29,2% so với cùng kì năm ngoái, khiến cả năm giảm 4,123 tỉ USD (chiếm 1% GDP), tương ứng với mức giảm 38,1% so với 2019.

Kịch bản cho phần còn lại của năm 2021 cho thấy mức độ không ổn định rất cao, trước những diễn tiến của chương trình tiêm vaccine chống Covid-19, để có thể cho phép phần lớn dân số có được miễn dịch cần thiết và dỡ bỏ các lệnh hạn chế ảnh hưởng tới các hoạt động kinh tế. Trong khi đó, nguy cơ tiềm ẩn bùng phát dịch bệnh vẫn tiếp tục gây tác động đến mức tiêu dùng, đầu tư và xuất khẩu.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Nhiều năm kinh tế gặp khó khăn dẫn đến bất ổn kinh tế vĩ mô, lạm phát cao và khủng hoảng tiền tệ ở Argentina. Điều này đã buộc chính phủ Argentina, các doanh nghiệp và người tiêu dùng phải cắt giảm chi tiêu.

Trong nỗ lực tăng dự trữ ngoại hối và bảo vệ sản xuất trong nước so với nhập khẩu, chính phủ Argentina đã áp dụng một số biện pháp gây ảnh hưởng xấu đến các sản phẩm và dịch vụ nước ngoài. Các nhà nhập khẩu phải có Giấy phép Nhập khẩu không tự động (NAL) để đưa một số sản phẩm vào. Các công ty đã báo cáo sự chậm trễ trong việc phê duyệt giấy phép nhập khẩu vượt quá 60 ngày trong một số trường hợp. Ngoài ra, một số doanh nghiệp cho biết có vấn đề trong việc tiếp cận thị trường ngoại hối chính thức khiến việc thanh toán các khoản nợ ngoại tệ hàng hóa nhập khẩu trở nên khó khăn hơn. Bên cạnh đó, vẫn còn tồn tại việc kiểm soát giá của chính phủ đối với một loạt sản phẩm tiêu dùng và dịch vụ viễn thông trong bối cảnh đại dịch COVID-19 và đối phó với lạm phát cao. Những thách thức kinh doanh khác bao gồm tham nhũng dai dẳng và có hệ thống, thiếu quy định chặt chẽ, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ yếu, các thủ tục và quy trình pháp lý kém hiệu quả, cơ sở hạ tầng yếu kém, lao động giá cao và nguồn tài chính hạn chế.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Máy móc và Công nghệ Nông nghiệp: Hai phần ba hàng xuất khẩu của Argentina là nông nghiệp. Đồng peso Argentina giảm giá, chính phủ có kế hoạch thúc đẩy xuất khẩu và nhu cầu quốc tế tăng mạnh dẫn đến sự gia tăng sản xuất, xuất khẩu và đầu tư vào lĩnh vực này.

Xây dựng: Rủi ro quốc gia cao hiện nay và khả năng tiếp cận tài chính hạn chế đã khiến một số dự án bị đình trệ, nhưng chính phủ có kế hoạch đầu tư vào cơ sở hạ tầng cần thiết.

Năng lượng và Khoáng sản: Bất chấp giá năng lượng toàn cầu giảm, triển vọng dài hạn về phát triển dầu và khí đá phiến của Argentina sẽ tiếp tục thúc đẩy đầu tư vào lưu vực Vaca Muerta của Argentina. Ngoài ra còn có các cơ hội đầu tư thăm dò ra nước ngoài. Kế hoạch khai thác quốc gia năm 2020 của Argentina là tìm cách tăng xuất khẩu khai thác, đặc biệt là đồng và lithium, trong thập kỷ tới. Lĩnh vực khai thác có một khung pháp lý và thuế đáng tin cậy.

Công nghệ chăm sóc sức khỏe: Chương trình y tế của Chính phủ Argentina tập trung vào việc hạn chế chi phí, tăng khả năng tiếp cận và hiện đại hóa, bao gồm cả sức

khỏe điện tử. Năm nay, để hưởng ứng COVID-19, chính phủ Argentina đã xây dựng các bệnh viện mô-đun, nâng cấp trang thiết bị, mua máy thở, xét nghiệm chẩn đoán và thiết bị bảo vệ cá nhân.

ICT và An ninh mạng: Chương trình kỹ thuật số của Chính phủ Argentina cho giai đoạn 2020-2023 được đưa ra trong Kế hoạch ConectAR. Kế hoạch trị giá khoảng 475 triệu USD tập trung vào 4 lĩnh vực: mở rộng mạng cáp quang, phát triển trung tâm dữ liệu quốc gia, cải thiện hệ thống vệ tinh và tăng cường dịch vụ truyền hình kỹ thuật số.

CÁC BƯỚC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG

Tất cả các kênh nhập khẩu đều có ở Argentina: đại lý, nhà phân phối, nhà nhập khẩu, công ty thương mại, công ty con và chi nhánh của các công ty nước ngoài. Các công ty xuất khẩu sang Argentina thường tiếp thị sản phẩm và dịch vụ thông qua các đại lý, đại diện và nhà phân phối của Argentina. Các công ty có ý định xuất khẩu sang Argentina cần đảm bảo rằng các đối tác của họ đáp ứng tất cả các yêu cầu nhập khẩu trước khi vận chuyển bất kỳ sản phẩm nào và phải cẩn thận tuân theo tất cả các quy định một cách chính xác. Một số điểm chính trong quy trình nhập khẩu tại Argentina:

- Mọi quan hệ cá nhân thân thiết là điều quan trọng. Cơ quan Thương mại có thể giúp các công ty xác định các đối tác kinh doanh tốt.
- Tiếp thị và quảng bá khá quan trọng. Theo truyền thống, các công ty được hưởng lợi bằng cách trưng bày các sản phẩm hoặc dịch vụ của họ tại các triển lãm thương mại địa phương và khu vực.
- Bảo vệ tài sản trí tuệ của bạn, tham gia với các luật sư có trình độ và các chuyên gia địa phương như một phần của quá trình ký kết các hợp đồng liên quan đến phân phối, đại diện và quan hệ đối tác hoặc liên quan đến bất kỳ giao dịch lớn nào.

THỦ TỤC NHẬP KHẨU

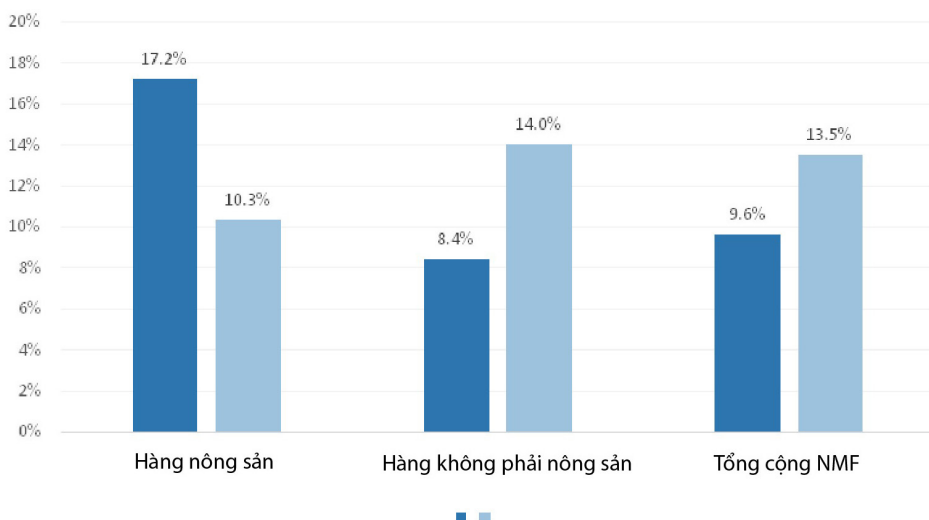
Lịch trình hài hòa (HS) được sử dụng để chỉ định các phân loại thuế quan ở Argentina. HS phù hợp với Mã phân loại hải quan của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Argentina sử dụng Danh pháp chung MERCOSUR, được gọi là Nomenclatura Común del MERCOSUR (NCM) để phân loại thuế quan.

Thuế định giá ưu đãi được tính trên giá trị CIF (Chi phí + Bảo hiểm + Cước phí) của hàng hóa nhập khẩu tại cảng hoặc sân bay nhập cảnh của Argentina. Năm 2019, thuế

suất bình quân là 22%. Các mức thuế cụ thể được áp dụng cho một số sản phẩm nhất định và được thể hiện bằng các phép tính toán trên một đơn vị tiền tệ nhất định. Một số trường hợp sử dụng kết hợp cả thuế giá trị trên đơn giá hàng hóa và thuế đánh theo lượng ("thuế hỗn hợp").

BIỂU THUẾ GIỮA ARGENTINA VÀ VIỆT NAM

Argentina áp thuế cao hơn Việt Nam, chủ yếu là đối với sản phẩm không phải là nông sản. Bình quân thuế giá trị ad valorem mà Việt Nam áp dụng (đối với cơ chế thuế Tối huệ quốc NMF) là 9,6%, với mặt hàng nông sản là 17,2% và hàng không phải là nông sản là 8,4%. Trong khi đó, Argentina áp thuế giá trị ad valorem bình quân là 13,5%, với hàng nông sản là 10,3% và hàng không phải nông sản là 14% (Biểu đồ 10). Tuy nhiên, cấu trúc thuế của Việt Nam vẫn chạm đỉnh cao hơn - thuế ở mức rất cao - lên tới 135%, như với sản phẩm xi gà, trong khi mức thuế mà Argentina áp dụng không cao hơn 35% trong bất kì trường hợp nào.



(Nguồn: CEI dựa trên dữ liệu của WTO-Tariff Profiles)

Trong khi Argentina không áp dụng hạn ngạch thuế quan hay bảo hộ đặc biệt đối với các hàng hóa nông sản, Việt Nam áp dụng hạn ngạch lên 1,5% và không có bất kì hình thức bảo hộ nào. Cả Argentina và Việt Nam, các thuế áp dụng đều là thuế giá trị ad valorem.

➤ **Biểu thuế nhóm sản phẩm**

Mỗi quốc gia áp dụng mức thuế bình quân khác nhau ở cấp độ ngành của Hệ thống hài hòa, ví dụ như đối với đồ uống và thuốc lá, mức thuế trung bình mà Việt Nam áp dụng (46%) cao hơn nhiều so với Argentina (18%).

Các mặt hàng khác có thể kể đến như đường, Việt Nam áp thuế 34%, cao hơn so với mức 18% của Argentina; hoa quả, quả đậu và cây, Việt Nam áp thuế (20%) gấp đôi Argentina (10%).

Ngược lại, Argentina áp dụng thuế bình quân cao hơn Việt Nam đối với mặt hàng quần áo (15 điểm phần trăm), dệt may (chênh lệch xấp xỉ 13 điểm phần trăm) và sữa (8 điểm phần trăm).

YÊU CẦU VỀ GHI NHẬN VÀ KÍ HIỆU



Các yêu cầu về nhãn bao gồm thông tin an toàn, điện áp, an toàn cháy nổ và thông tin an toàn cho trẻ em. Các yêu cầu về dán nhãn thực phẩm đóng hộp và đóng chai bao gồm thành phần, nhận dạng nhà sản xuất / nhà nhập khẩu và ngày sản xuất / hết hạn. Dược phẩm phải ghi rõ tên của giám đốc kỹ thuật chịu trách nhiệm của phòng thí nghiệm

được phẩm, cũng như các thành phần theo trọng lượng / thể tích.

Các nhà sản xuất và nhập khẩu các sản phẩm phải có các yêu cầu nhất định (thiết bị điện trên 50 vôn, đồ chơi, thiết bị bảo vệ cá nhân, thang máy, thép, bột lửa và xe đạp) có thể lựa chọn trong số ba tiêu chí chứng nhận (sản phẩm thép chỉ có thể được chứng nhận theo nhãn hiệu hoặc theo lô). Sản phẩm được chứng nhận theo loại hoặc theo lô phải có con dấu bao gồm số chứng nhận. Sau này cũng phải gửi thông tin số lô.

IRAM là Viện Tiêu chuẩn hóa và Chứng nhận Argentina. Đây là một hiệp hội dân sự phi lợi nhuận, được thành lập năm 1935 bởi đại diện của các thành phần kinh tế, chính phủ và các tổ chức khoa học - kỹ thuật. IRAM cung cấp dịch vụ chứng nhận cho các sản phẩm, quy trình, con người, dịch vụ và hệ thống quản lý, cả trong nước và quốc tế. Chứng chỉ IRAM có giá trị quốc gia và quốc tế (MERCOSUR) và là cổng vào các thị trường khác.

TAM NHẬP TÁI XUẤT

Chế độ Nhập Tạm thời (TAR) cho phép nhập khẩu miễn thuế các loại hàng hóa như mẫu thương mại, bao bì, pallet, thùng chứa và hàng hóa để trưng bày. Hàng hóa xuất khẩu phải được tái xuất trong thời gian quy định của cơ quan hải quan, phù hợp với loại hàng hóa nhập khẩu. Nếu không tái xuất hàng hóa sẽ bị phạt. Hàng hóa có thể có những thay đổi, làm tăng hoặc giảm giá trị của nó, nhưng sẽ không bị tính phí xuất khẩu khi hàng hóa không thay đổi. Nếu giá trị được tăng lên, các khoản phí sẽ được áp dụng cho giá trị gia tăng. Không được phép chuyển nhượng tài sản, sở hữu hoặc sử dụng. Cần phải có một khoản tiền thế chân để trang trải giá trị của phí nhập khẩu cho hàng hóa. Tiền thế chân sẽ được hoàn lại khi hàng tái xuất.

Hàng hóa thành phẩm phải được xuất khẩu trong thời hạn 360 ngày kể từ ngày tạm nhập; tuy nhiên, thời hạn này có thể được kéo dài thêm 360 ngày. Có các quyền đặc biệt cho các dự án dài hạn, trong đó thời gian lưu trú tối đa theo TAR là 1080 ngày.

SẢN PHẨM HẠN CHẾ VÀ CẤM NHẬP KHẨU

Chính phủ Argentina đã cấm nhập khẩu các sản phẩm sau:

- Sản phẩm y tế có chứa thành phần hoạt chất là nimesulide (Công bố 4430/2009 ANMAT).
- Bóng đèn sợi đốt dùng trong dân dụng theo Mã HS 8539.22.00, ngoại trừ bóng đèn có công suất bằng hoặc nhỏ hơn 25 watt và bóng đèn có điện áp bằng hoặc nhỏ

hơn 50 vôn (Luật 26473).

- Một số máy móc, thiết bị, dụng cụ, thiết bị và các bộ phận của nó đã qua sử dụng (Nghị quyết 909/1994 MEOSP và các sửa đổi của nó: Nghị quyết 748/1995, Nghị định 690/2002, Phụ lục XIV; Nghị quyết 89/2003 ME, điều 7, v.v.).
- Thuốc và thực phẩm có chứa olaquinox (Nghị quyết 84/2007 SENASA).
- Sơn, sơn mài và vecni chứa hơn 0,06 gam chì cho mỗi 100 gam khối lượng không bay hơi (Nghị quyết 7/2009 Bộ GD & ĐT).
- Ô tô đã qua sử dụng (Nghị định 110/1999)
- Mô tô, xe máy đã qua sử dụng (Nghị quyết 790/1992, Bộ Kinh tế)
- Đồ chơi và sản phẩm chăm sóc trẻ em có chứa phthalate nồng độ cao (Nghị quyết 583/2008 Bộ Y tế)
- Quần áo và phụ kiện đã qua sử dụng (Mã biểu thuế MERCOSUR 6309.00.10 & 6309.00.90) (Nghị định 3373)
- Thiết bị đầu cuối điện thoại hoạt động trong băng tần từ 1880 Mghz-1900 Mghz (Nghị quyết SC 1994/1999)
- Lốp đã qua sử dụng và tái chế (Mã biểu thuế MERCOSUR 4012.10.00 & 4012.20.00, Luật 25.626)
- Bông thô (không chải thô hoặc chải kỹ, thô ráp hoặc thô ráp) theo độ phân giải. SENASA 208/2003
- Tất cả các loại tồn dư nguy hiểm (Luật 24051)
- Một số chất nguy hiểm (Nghị quyết 750/2000, 845/2000, 182/1999, v.v.)

VĂN HÓA KINH DOANH

➤ Văn hóa địa phương

Là quốc gia lớn thứ tám trên thế giới, Argentina, nằm ở Nam Mỹ, bao gồm hầu hết phần phía nam của lục địa. Đất nước này có nhiều cảnh quan đa dạng như đồng bằng, rừng rậm, sa mạc, núi non và hàng nghìn km đường bờ biển đại dương. Văn hóa Argentina là sự pha trộn giữa phong tục Châu Âu, Châu Mỹ Latinh và truyền thống bản địa. Người Argentina khá tự hào về quốc gia của họ và di sản hòa trộn của nó cũng như khả năng vượt lên trên nghịch cảnh của họ. Họ cũng tự hào về tài năng của mình trong nhiều lĩnh vực. Ví dụ, Argentina đã sản sinh ra 5 người đoạt giải Nobel trong các lĩnh vực Hòa bình, Hóa học và Y học cùng với nhiều nhà sáng tạo khác nhau trong lĩnh vực nghệ thuật. Mặc dù người Argentina có xu hướng chủ nghĩa cá nhân hơn những người đồng cấp của họ ở các nước láng giềng, mạng lưới gia đình là một phần cốt lõi của xã hội Argentina.

Đất nước này đã bị ảnh hưởng nặng nề bởi quá trình đô hộ của Tây Ban Nha bắt đầu vào thế kỷ 16. Argentina tuyên bố độc lập vào năm 1816 sau gần 300 năm bị thuộc địa. Sau đó, nhiều người theo chủ nghĩa dân tộc trở thành công cụ cho các phong trào đòi độc lập trên khắp lục địa. Mặc dù đất nước đã độc lập hơn 200 năm, nhưng tác động của thực dân đối với thành phần dân tộc, cảnh quan tôn giáo và văn hóa của xã hội Argentina vẫn còn rõ ràng. Ví dụ, người Tây Ban Nha đã giới thiệu Công giáo La Mã vào đất nước này, và nó vẫn là tôn giáo thống trị của Argentina.

Ngày nay, người Argentina ít xác định với châu Âu hơn so với thời cai trị của Perón và quân đội. Phần lớn, các gia đình đã ở trong nước hơn một thế hệ tự nhận mình là người Argentina. Đối lại, có rất ít căng thẳng giữa các nhóm di cư khác nhau vì nhiều người cảm thấy họ có chung điểm là người Argentina. Niềm tự hào ở

Argentina thường được nhấn mạnh khi so sánh với các quốc gia Nam Mỹ khác như Chile hoặc Brazil. Người Argentina thường xác định di sản châu Âu chiếm ưu thế trong dân số của họ là đặc điểm phân biệt họ với phần còn lại của Nam Mỹ.

Trong suốt phần lớn thế kỷ 20, Argentina có một tầng lớp trung lưu lớn, nhiều người trong số họ là hậu duệ của những người nhập cư định cư tại các thành phố và làm việc trong các lĩnh vực công nghiệp, thương mại và công cộng. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, việc phân phối nguồn lực và tài chính đã trở nên kém công bằng hơn. Khoảng cách ngày càng gia tăng giữa những người ở tầng lớp cao hơn trong xã hội và những người ở tầng lớp thấp hơn. Điều này có thể nhìn thấy trong tình hình nhà ở trên toàn quốc; nhiều gia đình thuộc tầng lớp thượng lưu sống trong những khu phố riêng khép kín. Trong khi đó, những người không có khả năng mua nhà ở thích hợp có xu hướng sống trong các 'villa misria' (những khu phố tồi tàn) nằm ở ngoại ô các thành phố.

Người Argentina nói chung rất thân thiện và hiếu khách với những người họ gặp. Mặc dù nhiều người Argentina tập trung vào việc xây dựng các cộng đồng vững mạnh, nhưng



một loạt chủ nghĩa cá nhân cũng đang phổ biến ở nước này. Theo Hofstede Insights (2018), Argentina được xếp vào nhóm quốc gia Mỹ Latinh theo chủ nghĩa cá nhân nhất. Thành tích hoặc thất bại của tập thể thường không được công nhận như vậy mà được coi là nỗ lực của một vài cá nhân, những người sẽ được công nhận hoặc đổ lỗi. Hơn nữa, một số người Argentina có thể đặt bản thân hoặc gia đình của họ trước cộng đồng hoặc quốc gia rộng lớn hơn.

➤ Văn hóa kinh doanh



□ Cuộc họp

- Cần phải hẹn trước khoảng một đến ba tuần so với ngày mong muốn cho cuộc họp.
- Đến đúng giờ là quan trọng. Người Argentina thường đúng giờ khi tham gia các hoạt động kinh doanh. Đúng giờ thể hiện sự tôn trọng thời gian và sự quan tâm của người đó.

- Trong môi trường kinh doanh, mọi người thường chào nhau bằng một cái bắt tay chắc nịch kèm theo nụ cười và giao tiếp bằng mắt trực tiếp.
- Chức danh và trình độ học vấn được đánh giá cao ở Argentina. Trước khi gặp ai đó, bạn nên biết điều gì đó về trình độ học vấn của họ. Ví dụ, nếu người bạn sẽ gặp là bác sĩ, hãy sử dụng tiêu đề thích hợp. Đối với các ngành nghề khác, hãy đề cập đến nó trong cuộc trò chuyện. Điều này sẽ giúp xây dựng mối quan hệ và sự tôn trọng.
- Các vị khách doanh nhân được chào đón và đưa đến ghế chỉ định của họ. Giám đốc điều hành cấp cao của chuyến thăm sẽ ngồi đối diện với người đồng cấp điều hành cấp cao người Argentina.
- Hãy dành một chút thời gian để nói chuyện phiếm trước bất kỳ cuộc thảo luận nghiêm túc nào về công việc. Nếu đây là lần đầu tiên các bên gặp nhau, sự quen biết ban đầu này có thể tiêu tốn toàn bộ cuộc họp.
- Các cuộc họp có thể không bắt đầu và kết thúc vào thời gian đã định. Việc thể hiện cảm giác cấp bách có thể bị coi là thiếu tin cậy hoặc thô lỗ.
- Thường mất nhiều cuộc họp và thảo luận sâu rộng để đạt được thỏa thuận.
- Tránh cách tiếp cận cứng nhắc hoặc bất kỳ cuộc đối đầu nào. Người Argentina phản ứng tốt hơn với việc tiếp cận mềm mỏng.
- Trong cuộc họp, mọi người có thể ngắt lời nhau. Đây không được coi là thiếu tôn trọng mà là một cách thể hiện sự quan tâm và nhiệt tình.

□ **Mối quan hệ**

Các mối quan hệ cá nhân đóng một vai trò quan trọng trong văn hóa kinh doanh của người Argentina. Điều quan trọng là phải làm quen và phát triển mối quan hệ cá nhân với đối tác kinh doanh của bạn trước khi thực hiện bất kỳ giao dịch kinh doanh quan trọng nào. Những cuộc gặp gỡ ban đầu tạo cơ hội cho cả hai bên bắt đầu xây dựng mối quan hệ. Không có gì lạ khi các cuộc họp được tổ chức trong một môi trường thân mật như quán bar hoặc nhà hàng. Thiết lập xã hội này cho phép các đối tác kinh doanh tìm hiểu nhau và xây dựng mối quan hệ. Tuy nhiên, những lời hứa và cam kết kinh doanh được đưa ra trong bối cảnh xã hội như vậy được kỳ vọng sẽ được xác minh trong môi trường làm việc.

Kết nối mạng lưới quan hệ được xem trọng ở Argentina vì các mối liên hệ cá nhân có thể rất quan trọng đối với sự thành công. Người Argentina đầu tư nhiều thời gian và công sức vào các mối quan hệ của họ và tìm hiểu những người họ làm việc cùng. Ở Argentina, mạng lưới liên quan đến sự có đi có lại và mọi người được kỳ vọng sẽ sử dụng các mối liên hệ và mối quan hệ của mình để giúp đỡ những người khác khi được kêu gọi hỗ trợ.

Để làm sâu sắc thêm mối quan hệ, hãy cố gắng nói chuyện và minh bạch. Người Argentina quan tâm sâu sắc đến gia đình; thực sự, cuộc sống cá nhân của một người

thường là một chủ đề thảo luận chung. Khi mối quan hệ kinh doanh đã bắt đầu hình thành, bạn có thể được mời xưng hô với đối tác của mình bằng tên của họ thay vì chức danh và họ của họ.

□ **Điều cần lưu ý**

- Trao đổi quà tặng và ưu đãi trong văn hóa kinh doanh của người Argentina là một thói quen phổ biến. Tuy nhiên, chỉ bắt đầu tặng quà khi mối quan hệ đã được thiết lập.
- Trình độ học vấn được đánh giá cao ở Argentina. Vì vậy, điều quan trọng là phải minh bạch về giáo dục và đào tạo trước đây của bạn.
- Người Argentina rất chú ý đến trang phục đi làm của một người. Hãy khôn ngoan và ăn mặc chính tề để tạo ấn tượng tốt. Trang phục tương tự như kỳ vọng của người phương Tây về cách ăn mặc trong môi trường kinh doanh: những bộ quần áo kị đáo, tối màu dành cho nam giới và một bộ vest hoặc trang phục lịch lãm dành cho nữ giới.
- Đồng nghiệp và đôi khi người quản lý được gọi bằng tên của họ. Trong một số trường hợp khi mối quan hệ là thứ bậc, việc sử dụng các chức danh được mong đợi.
- Các công ty Argentina có xu hướng phân cấp. Các quyết định thường được đưa ra giữa những người cấp cao hơn trong tổ chức, sau đó được chuyển cho nhân viên. Tuy nhiên, cả nhân viên và cấp trên đều có thể nảy sinh ý tưởng.
- Về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng (2017), Argentina đứng thứ 85 trong số 180 quốc gia, nhận được số điểm 39 (trên thang điểm từ 0 đến 100). Nhận thức này cho thấy khu vực công của đất nước có tồn tại tham nhũng.





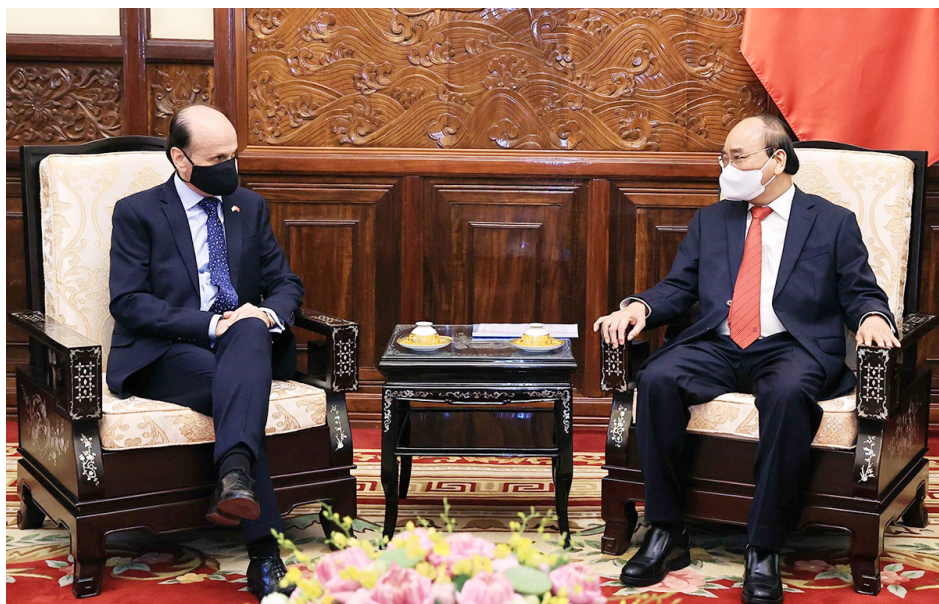
Peso Argentina (ARS) là đơn vị tiền tệ của Argentina. Ký hiệu Peso giống với ký hiệu đô la (\$). Đồng Peso được chia thành centavos; 1 Peso = 100 centavos.

Trong lưu thông hiện có tiền giấy mệnh giá 1000, 500, 200, 100, 50, 20, 10, 5 và 2 peso, tiền xu 1, 2 và 5 peso, cũng như tiền xu 50, 25, 10, 5 và 1 centavo.

1 peso tương đương 240 đồng

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ ARGENTINA

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA ARGENTINA



Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc tiếp Đại sứ Argentina Luis Pablo María Beltramino

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) trong ấn phẩm thường niên Trade Profile 2020 ghi nhận về thứ hạng thương mại toàn cầu trong năm 2019 thì Argentina đứng thứ 46 về xuất khẩu và 53 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Argentina đứng thứ 54 về xuất khẩu và 48 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Argentina là 52,7, trở thành nền kinh tế tự do thứ 148 trong năm 2021. Chỉ số này đã giảm 0,4 điểm, chủ yếu do sự suy giảm về tự do tiền tệ. Argentina xếp thứ 26 trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ, và có chỉ số tự do kinh tế thấp hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) khoảng 400 tỷ USD, Argentina là một trong những nền kinh tế lớn nhất ở Mỹ Latinh.

Argentina có nguồn tài nguyên thiên nhiên rộng lớn, nhất là về mặt năng lượng và nông nghiệp. Trong vòng 2,8 triệu km² lãnh thổ, Argentina được ban tặng những vùng đất rất màu mỡ, trữ lượng khí đốt và liti, và có tiềm năng lớn về năng lượng tái tạo. Đây

là nước sản xuất thực phẩm hàng đầu với các ngành nông nghiệp và chăn nuôi quy mô lớn. Ngoài ra, Argentina còn sở hữu tiềm năng đáng kể trong một số phân ngành sản xuất và dịch vụ sáng tạo trong các ngành công nghệ cao.

Tuy nhiên, sự biến động lịch sử của tăng trưởng kinh tế đã cản trở sự phát triển của đất nước. Đại dịch Covid-19 và sự giãn cách xã hội đã làm trầm trọng thêm tình hình tại đây. Tỷ lệ đô thị nghèo ở Argentina vẫn ở mức cao, đạt 42% dân số trong nửa cuối năm 2020, với 10,5% người nghèo cùng cực và 57,7% trẻ em nghèo.

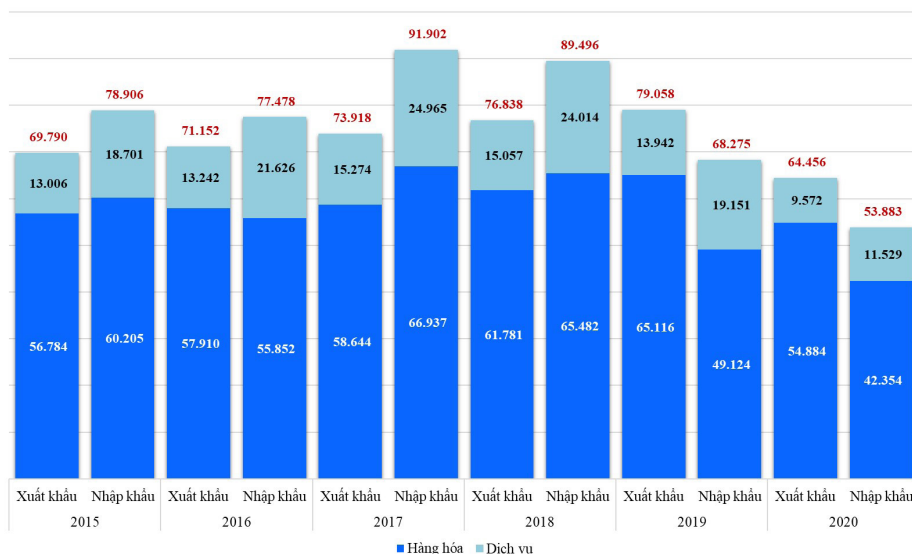
Kinh tế trong nước tiếp tục mất cân đối mạnh mẽ ở phạm vi vĩ mô. Lạm phát hàng năm, mặc dù đã giảm tốc trong bối cảnh hoạt động kinh tế giảm, vẫn ở mức 36% vào năm 2020, bất chấp các biện pháp kiểm soát giá cả của chính phủ. (Nguồn: World Bank)

Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Argentina năm 2020 đạt 54,88 tỷ USD và nhập khẩu đạt 42,35 tỷ USD, thặng dư 12,53 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Argentina xuất khẩu 9,57 tỷ USD, nhập khẩu đạt 11,53 tỷ USD, thâm hụt 1,96 tỷ USD.

Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của Argentina giai đoạn 2015 - 2020

(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



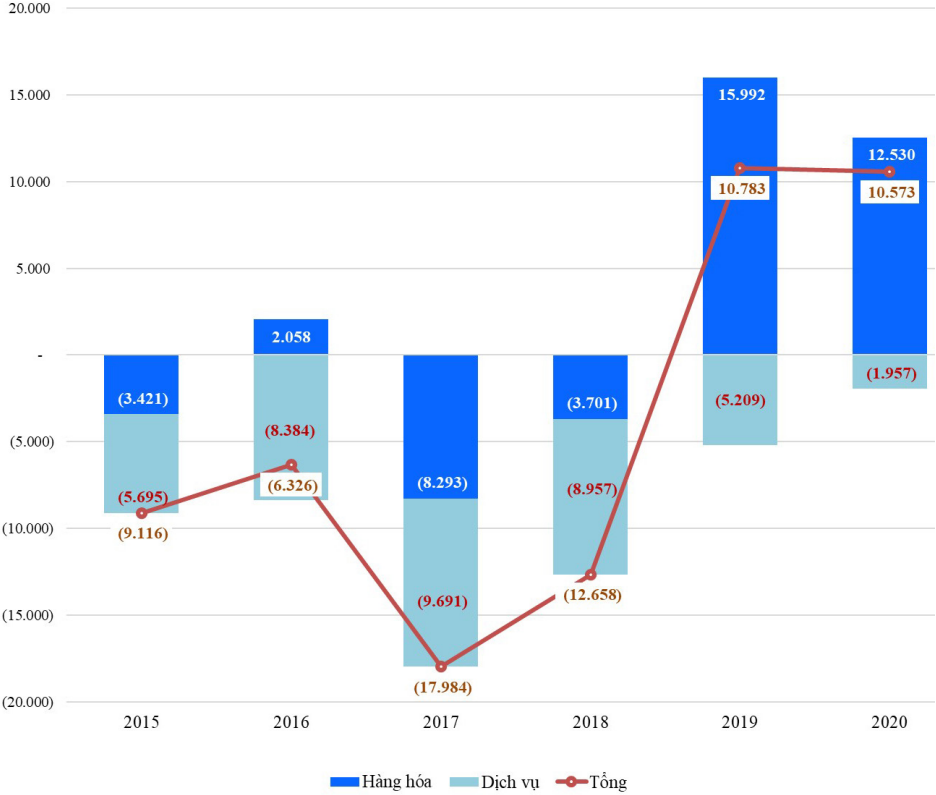
Cán cân thương mại của Argentina bị thâm hụt trong suốt giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2018, sau đó chuyển sang thặng dư trong năm 2019 và 2020. Riêng về dịch vụ, cán cân của nước này luôn rơi vào mức âm từ năm 2015 đến năm 2020. Phân tích

cụ thể, từ năm 2015 đến 2018, Argentina đạt giá trị thâm hụt liên tục hơn 6,3 tỷ USD và đạt mức thấp nhất vào năm 2017 (17,98 tỷ USD). Vào hai năm kế tiếp 2019 và 2020, tình trạng thâm hụt được cải thiện và chuyển sang thặng dư. Đó là do thặng dư từ cán cân hàng hóa tăng mạnh, bù đắp cho thiếu hụt từ cán cân dịch vụ trong hai năm 2019-2020.

Cán cân thương mại của Argentina giai đoạn 2015 – 2020

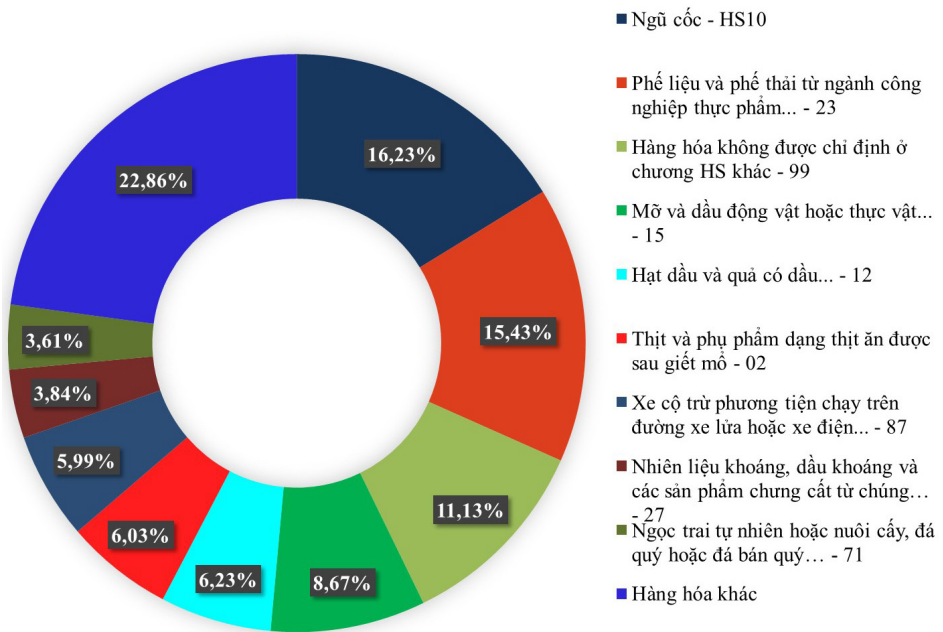
(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



Năm 2020, theo dữ liệu của trademap.org, một số mặt hàng xuất nhập khẩu chủ yếu của Argentina được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

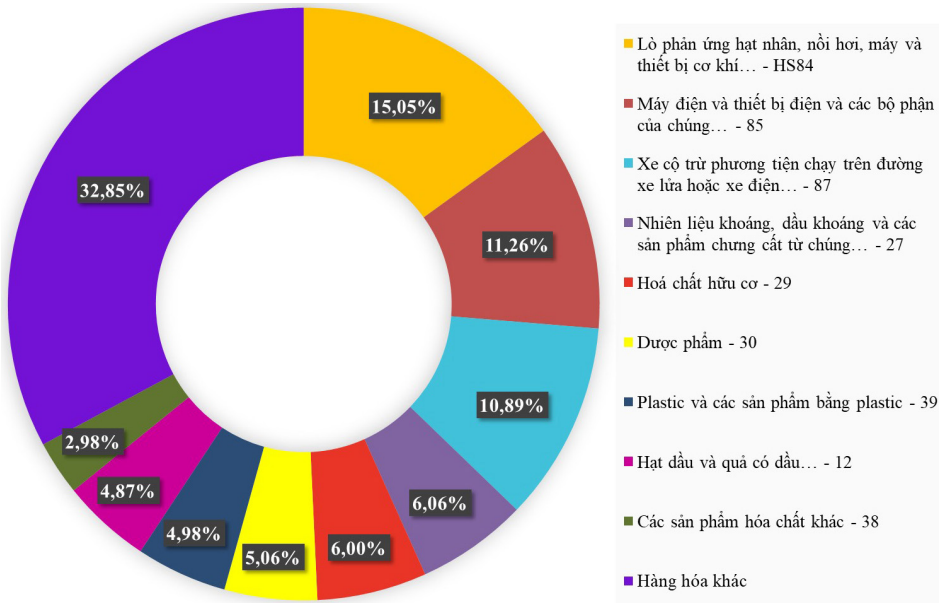
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Argentina năm 2020



Trong năm qua, 05 mặt hàng xuất khẩu mạnh nhất của Argentina bao gồm:

1. Ngũ cốc (chiếm 16,23% tổng lượng xuất khẩu).
2. Phế liệu và phế thải từ ngành công nghiệp thực phẩm... (chiếm 16,23% tổng lượng xuất khẩu).
3. Hàng hóa không được chỉ định ở chương HS khác (chiếm 11,13% tổng lượng xuất khẩu).
4. Mỡ và dầu động vật hoặc thực vật... (chiếm 8,67% tổng lượng xuất khẩu).
5. Hạt dầu và quả có dầu... (chiếm 6,23% tổng lượng xuất khẩu).

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Argentina năm 2020



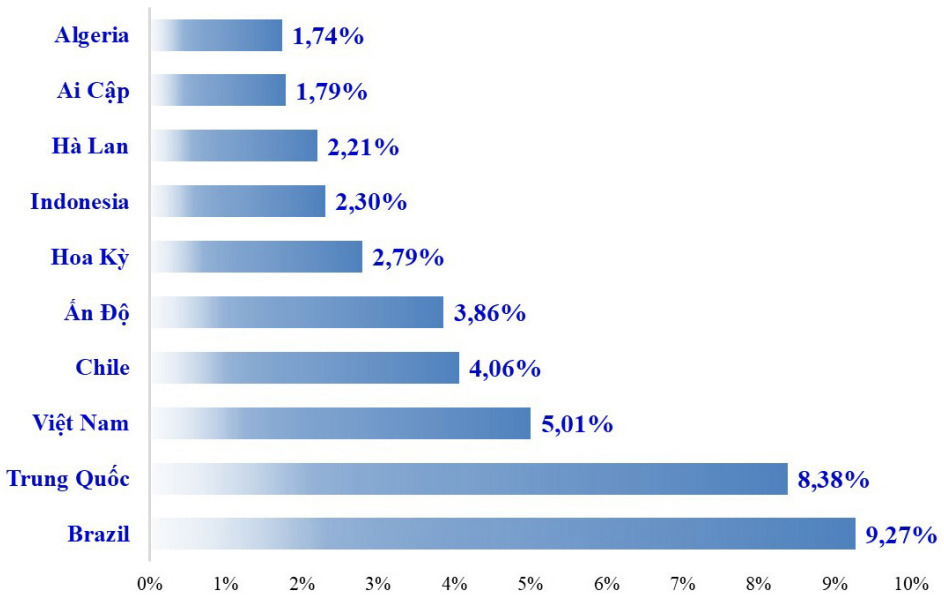
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Argentina nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 15,05% tổng lượng xuất khẩu).
2. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận của chúng... (chiếm 11,26% tổng lượng xuất khẩu).
3. Xe cộ trừ phương tiện chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện... (chiếm 10,89% tổng lượng xuất khẩu).
4. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chung cất từ chúng... (chiếm 6,06% tổng lượng xuất khẩu).
5. Hoá chất hữu cơ (chiếm 6,00% tổng lượng xuất khẩu).

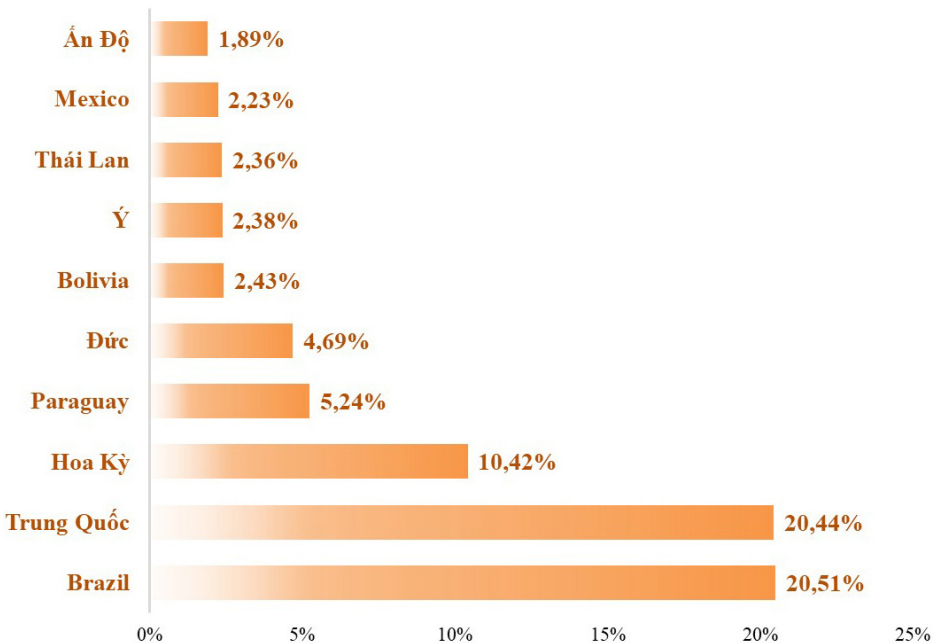
Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia và khu vực cụ thể cho thấy 41,41% sản phẩm xuất khẩu từ Argentina được đưa vào: Brazil (9,27% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (8,38%), Việt Nam (5,01%), Chile (4,06%), Ấn Độ (3,86%), Hoa Kỳ (2,79%), Indonesia (2,30%), Hà Lan (2,21%), Ai Cập (1,79%) và Algeria (1,74%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 72,59% sản phẩm nhập khẩu vào Argentina có xuất xứ từ các nước: Brazil (20,51% tổng sản phẩm toàn cầu), Trung Quốc (20,44%), Hoa Kỳ (10,42%), Paraguay (5,24%), Đức (4,69%), Bolivia (2,43%), Ý (2,38%), Thái Lan (2,36%), Mexico (2,23%) và Ấn Độ (1,89%).

Các thị trường xuất khẩu chính của Argentina năm 2020



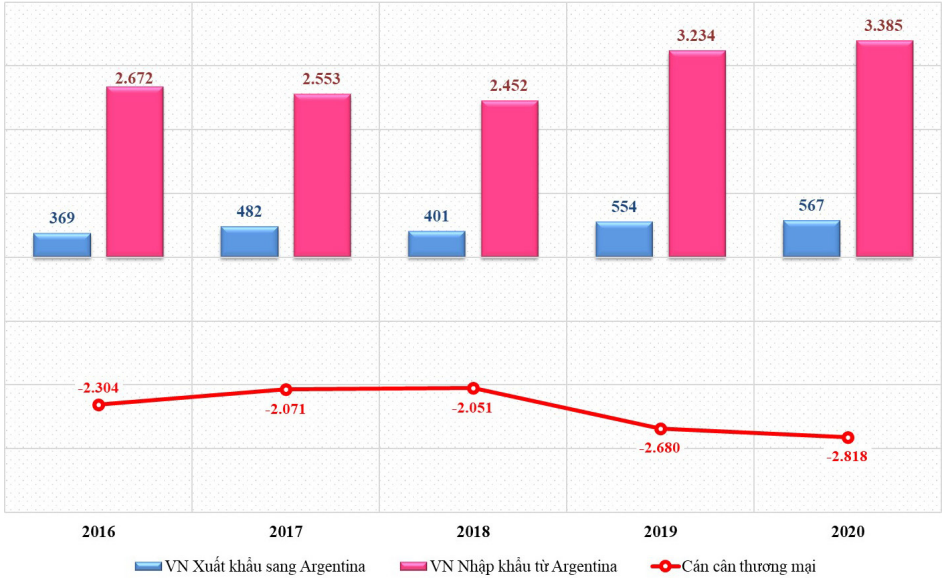
Các thị trường nhập khẩu chính của Argentina năm 2020



Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại Việt Nam - Argentina giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

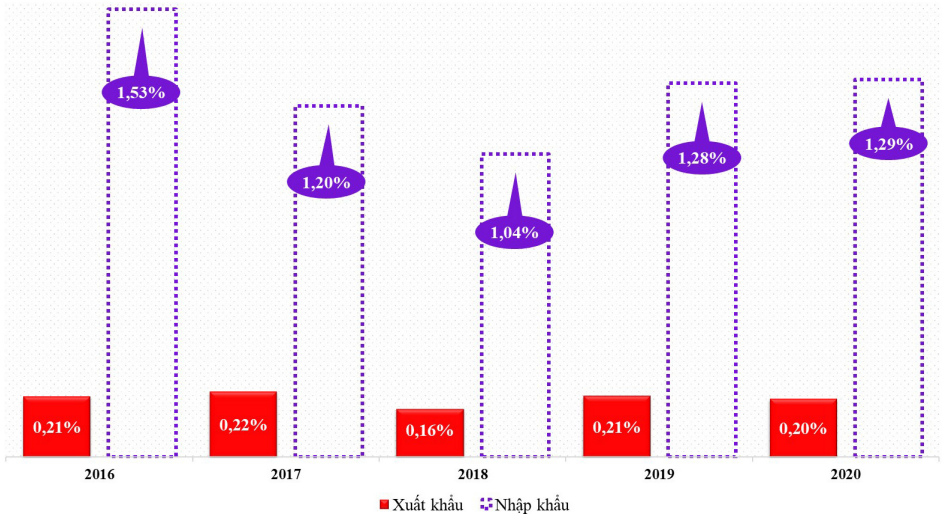
ĐVT: Triệu USD



Tỉ trọng kim ngạch xuất nhập khẩu với Argentina so với tổng giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam giai đoạn 2016 - 2020

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 12 vào thị trường Argentina và là đối tác đứng thứ 3 nhập khẩu hàng hóa từ Argentina.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, tính riêng năm 2020 tổng giá trị xuất nhập khẩu hàng hóa giữa Việt Nam và Argentina đạt 3,95 tỷ USD, tăng 4,3% so với năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Argentina đạt 567 triệu USD, tăng 2,4% so với năm 2019, chiếm vốn vện 0,2% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Argentina đạt 3,39 tỷ USD, tăng 4,7% so với cùng kì, chiếm 1,29% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ tất cả các đối tác thương mại.

Giai đoạn 2016-2020, cán cân thương mại của Việt Nam luôn giữ mức thâm hụt hơn 2 tỷ USD do tình trạng nhập siêu liên tục từ Argentina. Mức thâm hụt hàng hóa có chiều hướng tăng lên và đạt giá trị lớn nhất vào năm 2020 (2,82 tỷ USD). Kim ngạch xuất khẩu từ nước ta sang nước bạn có xu hướng tăng nhẹ qua từng năm, trong khi kim ngạch nhập khẩu lại tăng mạnh trong 2 năm gần đây.

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI CÓ HIỆU LỰC GIỮA ARGENTINA VÀ VIỆT NAM

Hiệp định thuế quan duy nhất có hiệu lực giữa Argentina và Việt Nam là Hệ thống Ưu đãi Thương mại Toàn cầu GSTP. Theo Hiệp định này, Argentina áp dụng với Việt Nam mức thuế thấp hơn thuế Tối huệ quốc (NMF) trên 47 sản phẩm. Đổi lại, Việt Nam không áp thuế ưu đãi nào đối với các hàng hóa của Argentina.

Trong chuyến viếng thăm của Tổng thống vào tháng hai năm 2019, các lãnh đạo đã bày tỏ mong muốn về khả năng đàm phán hướng đến một thỏa thuận thương mại. Buổi họp cũng đề cập đến các khó khăn về mặt pháp lý đối với nhập khẩu nông sản, và trong thông cáo chung cuối cùng hai bên đã đạt được một thỏa thuận về kiểm dịch cho phép nhập khẩu 4 sản phẩm của mỗi nước (với Argentina, chỉ có 2 sản phẩm chanh và bưởi có hiệu lực ngay lập tức, cam và quýt để sau).

Cuộc họp đó đã được thống nhất trước đó vào năm 2018, khi Cục Xúc tiến Thương mại Việt Nam (Vietrade) và Cục Đầu tư và Thương mại Quốc tế Argentina (AAICI) kí kết một Biên bản ghi nhớ tại Buenos Aires, tạo điều kiện cho việc tổ chức các hội chợ thương mại và các đoàn doanh nghiệp ở cả hai quốc gia.

Năm 1997, hai bên kí một thỏa thuận thúc đẩy và bảo hộ tương trợ trong đầu tư, và từ đó, hai bên đã kí hơn 10 biên bản ghi nhớ về hợp tác trong nhiều lĩnh vực, như nông nghiệp và kiểm dịch thú y, năng lượng hạt nhân, đàm phán kinh tế đa phương

Mục tiêu trọng tâm trong chính sách thương mại của Argentina là tăng cường và đa dạng hóa trao đổi thương mại, thúc đẩy đầu tư hai chiều và xây dựng công tác chung giữa chính phủ hai nước và ngành kinh tế tư nhân Argentina – Việt Nam.

Trong khuôn khổ đó, Argentina đẩy mạnh trao đổi thương mại với Việt Nam.

Các mặt hàng Argentina xuất khẩu đi Việt Nam chủ yếu là bột và khô đậu tương, ngô, lúa mì, tôm và bông, trong khi nhập khẩu từ Việt Nam linh kiện điện thoại, bo mạch in và các linh kiện điện và điện tử lắp ráp, máy phát tích hợp thiết bị thu, đài, và giày thể thao.

Có nhiều cơ hội đa dạng hóa các sản phẩm Argentina tại thị trường Việt Nam.

Về lĩnh vực Chế biến Nông sản, Argentina có điều kiện để cung cấp cho Việt Nam thịt bò đông lạnh không xương, hải sản, thịt gia cầm, tỏi, đậu, lúa mạch, mạch nha, lạc, bánh kẹo không chứa ca cao, chiết xuất mạch nha, bánh quy, và các sản phẩm khác. Thực phẩm của Argentina được công nhận trên toàn thế giới và đạt tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng.

Ngoài vai trò là nhà sản xuất lương thực nổi bật trên thế giới, Argentina cũng nhanh chóng khẳng định là quốc gia tiên phong trong AgTech, ứng dụng công nghệ tiên tiến để thúc đẩy sản xuất, hiệu quả và lợi nhuận cho các chuỗi giá trị nông sản và lương thực.

Argentina cũng mang lại nhiều cơ hội giao thương đối với các Sản phẩm có Nguồn gốc Công nghiệp như thuốc, các sản phẩm mỹ phẩm và vệ sinh cá nhân, sắt khuẩn, ống nhựa dẻo, bao bì nhựa, gỗ thông xẻ dày hơn 6mm, sách, tài liệu quảng cáo và ấn phẩm tương tự, vải không dệt và phụ tùng động cơ.

Đáng chú ý là năm 2020, Argentina thành lập **Hội đồng Công và Tư Thúc đẩy Xuất khẩu**, để nhận định các mặt hàng có thể xuất khẩu, xác định thị trường mục tiêu và tiến hành kế hoạch hành động quảng bá các sản phẩm và dịch vụ Argentina trên toàn thế giới, từ góc độ chuỗi giá trị của các cụm phức hợp khác nhau.

Các đơn vị của Hội đồng Công và Tư Thúc đẩy Xuất khẩu (CPPPE) đã bày tỏ đặc biệt quan tâm đến thị trường Việt Nam, xuất khẩu sang đây rượu với số lượng lớn, sản phẩm trái cây (chanh), hóa chất công nghiệp (cho phòng thí nghiệm) và công nghệ y học.

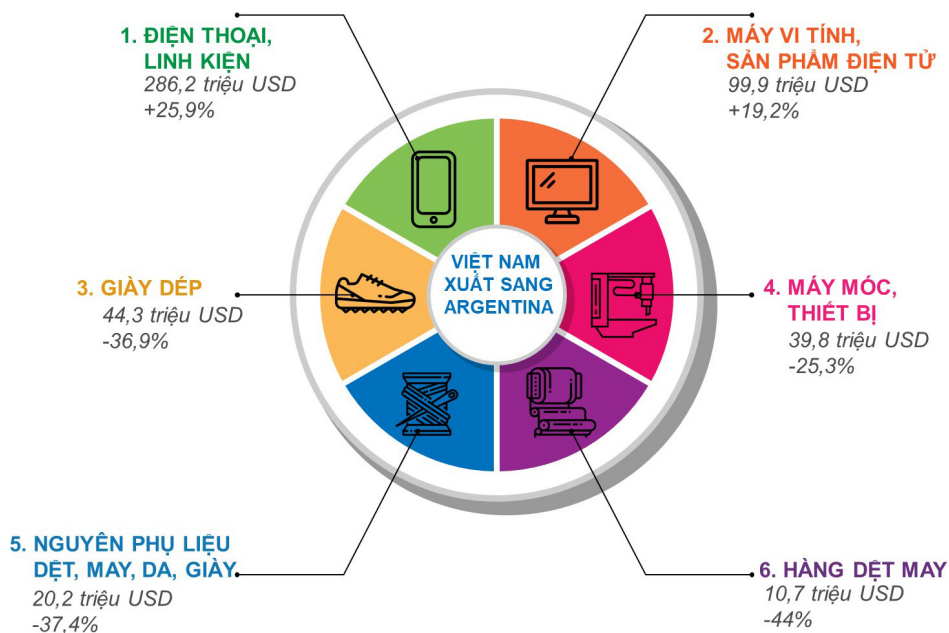
Cuối cùng, với 5 doanh nghiệp kì lân, Argentina đang nổi lên như một trung tâm công nghệ, viễn thông và các dịch vụ dựa trên tri thức ngày một phát triển. Argentina đang dần củng cố vị trí là trung tâm tân tiến của khu vực với lực lượng lao động có trình độ cao và sáng tạo.

Trên tinh thần đó, thật hợp lý khi cho rằng Argentina đã mở ra nhiều tiềm năng cho ngành Công nghệ 4.0, bao gồm cả Trí thông minh Nhân tạo, Internet vạn vật, Robot, In 3D, Big Data, thực tế ảo, Dịch vụ đám mây và An ninh mạng.

Theo Cơ quan Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Argentina (SUPCI)

MỘT SỐ SẢN PHẨM XUẤT KHẨU CHỦ YẾU CỦA VIỆT NAM SANG ARGENTINA

Một số sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Argentina năm 2020



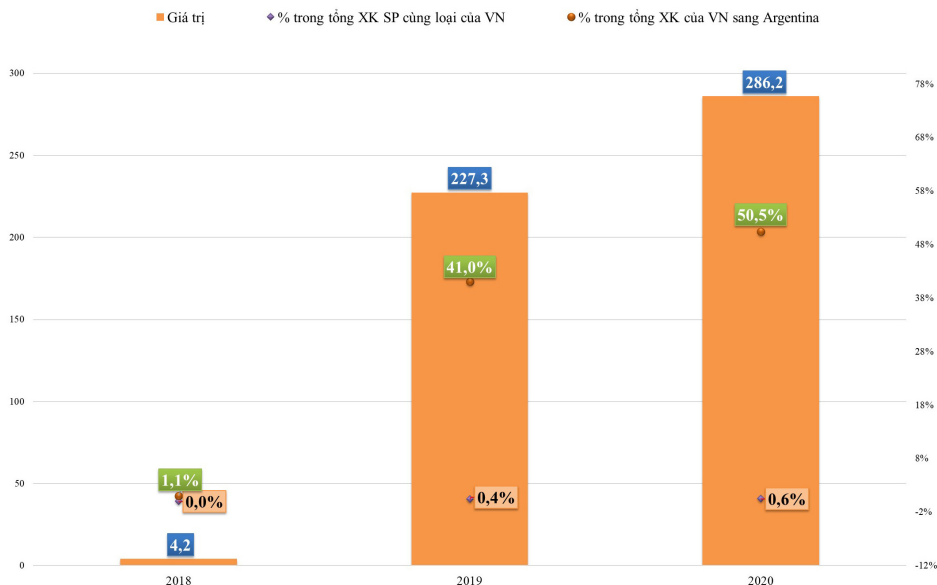
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Argentina trong giai đoạn 2016–2020 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2020, xuất khẩu mặt hàng này sang Argentina đạt 286,2 triệu USD, tăng 25,9% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 50,5% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Argentina chiếm chỉ 0,6% tổng xuất khẩu sản phẩm cùng loại của Việt Nam. Trong hai năm 2019 và 2020, số lượng điện thoại và linh kiện của Việt Nam tại Argentina đặc biệt tăng mạnh với trị giá lần lượt là 227,3 triệu USD (2019) và 286,2 triệu USD (2020). Nhìn chung, đây là mặt hàng quan trọng của nước ta sang Argentina.

Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 99,9 triệu USD vào năm 2020, tăng 19,2% so với năm 2019, chiếm 17,6% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này, chiếm 0,2% thị phần các sản phẩm tương tự của Việt Nam xuất khẩu ra tất cả các nước. Trong thời gian từ năm 2018 đến năm 2020, kim ngạch mặt hàng này sang Argentina biến động theo hình chữ V với điểm thấp nhất rơi vào năm 2019, đạt trị giá 83,8 triệu USD; trong khi đó, điểm cao nhất rơi vào năm 2018, đạt trị giá 138,8 triệu USD.

Kim ngạch xuất khẩu Điện thoại và linh kiện của Việt Nam sang Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

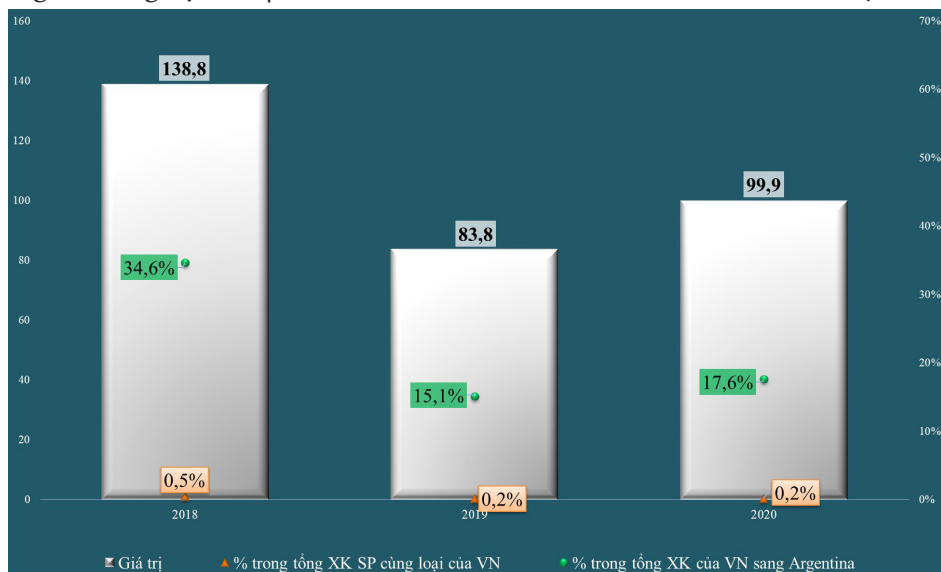
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch xuất khẩu Máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện của Việt Nam sang Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

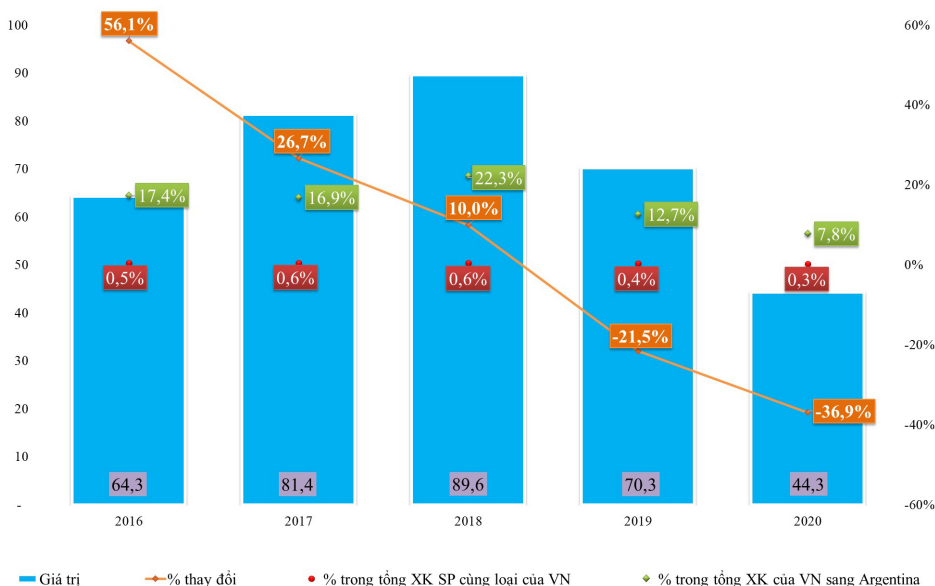


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Argentina năm 2020 là hàng giày dép, đạt 44,3 triệu USD, giảm 36,9% so với cùng kỳ, chiếm 7,8% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm chỉ 0,3% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong cả giai đoạn 2016-2020, đà tăng trưởng của mặt hàng này bắt đầu chững lại và đạt giá trị cao nhất vào năm 2018 (89,6 triệu USD), sau đó giảm xuống vào những năm kế tiếp.

Kim ngạch xuất khẩu Giày dép của Việt Nam sang Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

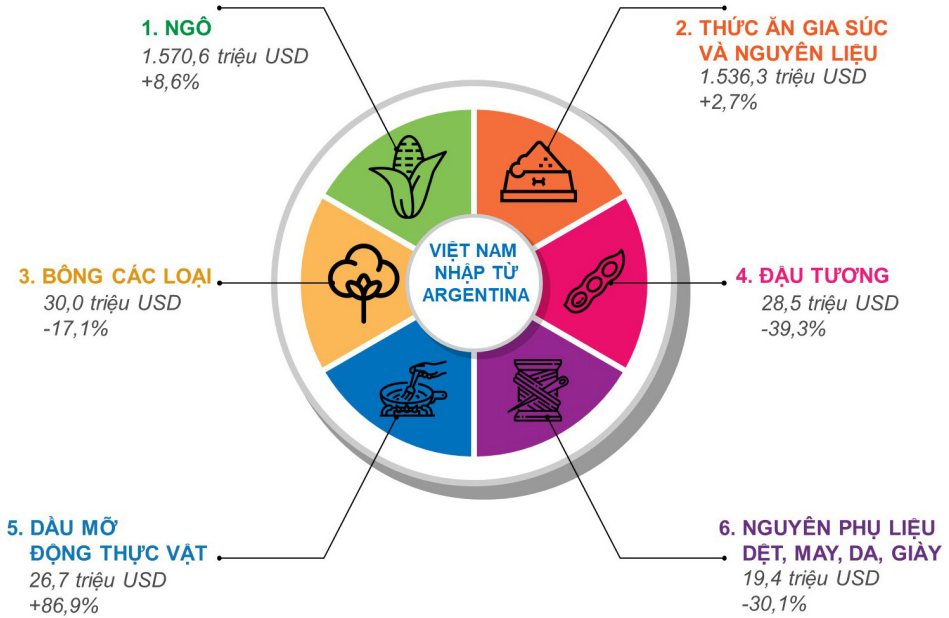
ĐVT: Triệu USD



Năm 2020 là một năm tương đối đặc biệt trong hoạt động xuất khẩu của Việt Nam sang Argentina, bởi vì gần như hầu hết các mặt hàng đang ghi nhận sự giảm xuống về kim ngạch so với năm 2019. Trong đó, điển hình là mặt hàng: sản phẩm gốm, sứ (giảm 64,6%), sản phẩm từ sắt, thép (giảm 45,7%), vải màn, vải kỹ thuật khác (giảm 44,2%), hàng dệt, may (giảm 44%), túi xách, ví, vali, mũ, ô, dù (giảm 41,8%) cùng các mặt hàng khác.

MỘT SỐ SẢN PHẨM CHỦ YẾU VIỆT NAM NHẬP KHẨU TỪ ARGENTINA

Một số sản phẩm nhập khẩu chủ yếu của Việt Nam từ Argentina năm 2020



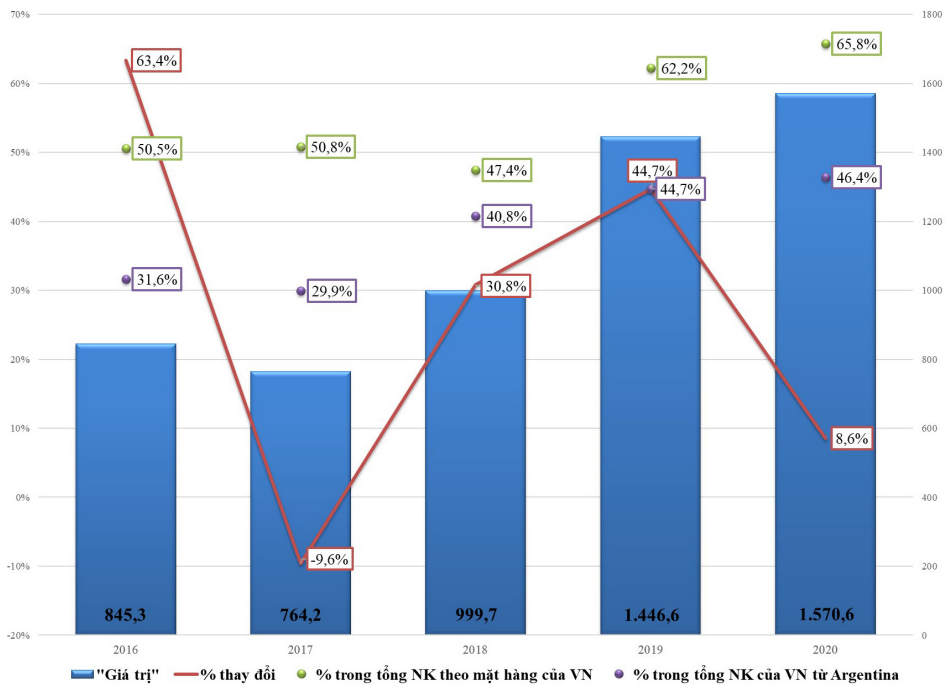
Năm 2020, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Argentina là mặt hàng ngô, đạt 1,57 tỷ USD, tăng 8,6% so với cùng kỳ của năm trước, chiếm đến 46,4% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 65,8% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Đây là mặt hàng có xu hướng nhập khẩu tăng dần qua từng năm với lần tăng mạnh nhất vào năm 2016 (63,4%) và năm 2019 (44,7%). Xếp về thứ hạng, Argentina là nước xuất khẩu ngô nhiều nhất sang nước ta (1,57 tỷ USD), kế đến là Brazil (584,15 triệu USD).

Tiếp theo là mặt hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu có kim ngạch đạt 1,54 tỷ USD vào năm 2020. Tỷ lệ tăng là 2,7% so với năm 2019, chiếm 45,4% tổng nhập khẩu từ Argentina, chiếm 40% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Đây được xem là mặt hàng quan trọng thứ nhì nhập từ Argentina, với kim ngạch qua mỗi năm tương đối đồng đều nhau. Năm 2018, kim ngạch mặt hàng này giảm ở mức thấp nhất, đạt 1,28 tỷ USD, giảm 14,4% so với cùng kỳ năm 2017. Về thứ hạng năm 2020, kim ngạch nhập thức ăn gia súc và nguyên liệu từ Argentina đứng hàng thứ nhất với trị giá 1,54 tỷ USD, hơn gấp 3 lần so với con số 505,6 triệu USD của quốc gia đứng thứ nhì là Hoa Kỳ.

Kim ngạch nhập khẩu Ngô của Việt Nam từ Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

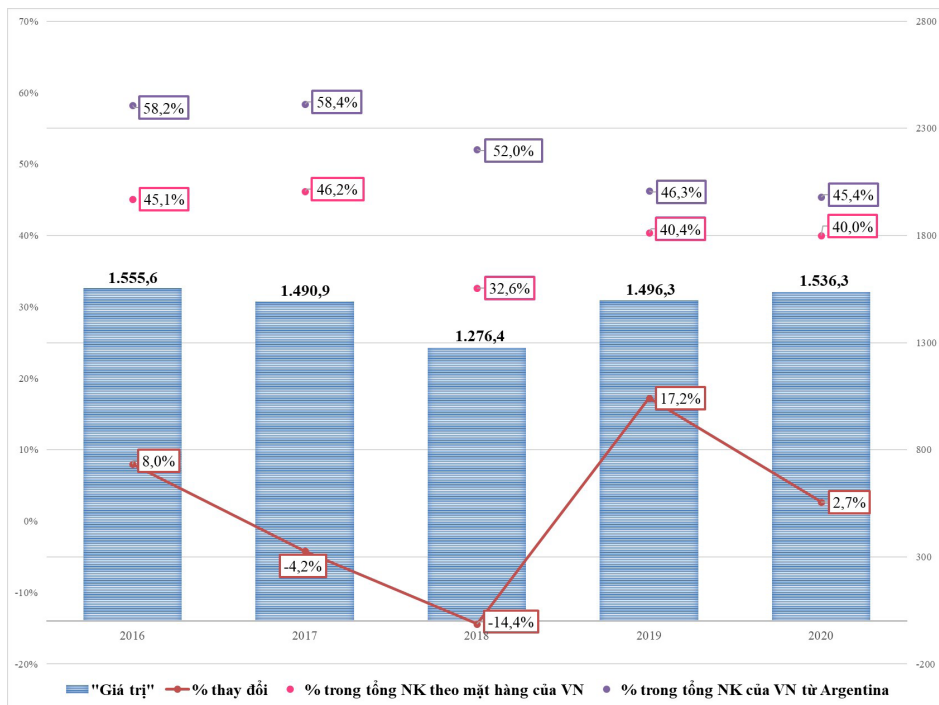
ĐVT: Triệu USD



Kim ngạch nhập khẩu Thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam từ Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

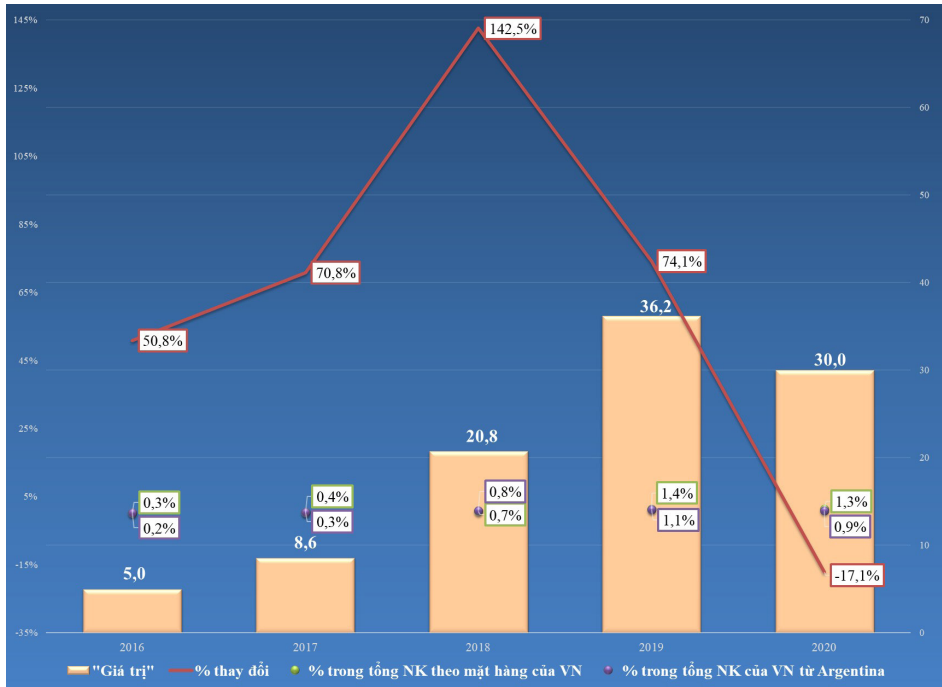


Mặt hàng bông các loại đứng vị trí thứ 3, đạt 30 triệu USD năm 2020, giảm 17,1% so với cùng kì năm trước, chiếm 0,9% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 1,3% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Sau khi tăng mạnh vào năm 2018, kim ngạch nhập khẩu điện thoại và linh kiện từ Argentina luôn đạt mức trên 20 triệu USD vào những năm tiếp theo.

Kim ngạch nhập khẩu Bông các loại của Việt Nam từ Argentina

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



TỪNG BƯỚC CÂN BẰNG THƯƠNG MẠI GIỮA VIỆT NAM VÀ ARGENTINA

Bộ Công Thương sẽ tiếp tục phối hợp chặt chẽ với phía Argentina để kết nối giao thương, giúp doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận thị trường Argentina, từng bước cân bằng cán cân thương mại hai chiều.

Về kim ngạch thương mại hai chiều, tốc độ tăng trưởng ổn định của kim ngạch thương mại song phương trong những năm gần đây. Năm 2020, bất chấp những khó khăn của đại dịch COVID-19, kim ngạch thương mại song phương vẫn đạt 3,95 tỷ USD, tăng 4,3% so với năm 2019.

Thống kê cho thấy, kim ngạch thương mại song phương năm 2020 đạt 3,95 tỷ USD, tăng 4,3% so với năm 2019; trong đó, xuất khẩu của Việt Nam đạt 567 triệu USD, tăng 2,34%; nhập khẩu đạt 3,38 tỷ USD, tăng 4,64%.

Đáng lưu ý, hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Argentina

tập trung vào các mặt hàng như: Điện thoại các loại và linh kiện; máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện; giày dép các loại; máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng khác; nguyên phụ liệu dệt may, da giày...

Ở chiều ngược lại, Việt Nam nhập khẩu chủ yếu từ Argentina các loại thức ăn gia súc và nguyên liệu; ngô; bông các loại; đậu tương; dầu mỡ động thực vật...

Bộ Công Thương cho biết, tính đến hết tháng 2/2021 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hai chiều đạt 440 triệu USD giảm 3,22% so với cùng kỳ năm 2020; trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Argentina đạt 174 triệu USD, tăng 164,52% so với cùng kỳ năm 2020; nhập khẩu từ Argentina đạt 266 triệu USD, giảm 31,61%.

Nguồn: bnews.vn

VIỆT NAM - ARGENTINA: HƯỚNG TỚI ĐA DẠNG MẶT HÀNG XUẤT KHẨU

Năm 2020, do tác động của dịch Covid-19 nên mục tiêu về một con số cụ thể đối với kim ngạch thương mại Việt Nam và Argentina không đạt ra, mà chủ yếu tìm kiếm các giải pháp để thúc đẩy đa dạng hơn các mặt hàng xuất khẩu song phương. Đây là khẳng định của ông Luis Agustin Costas – Đại biện lâm thời Đại sứ quán Argentina tại Việt Nam.

Theo lời ông Luis Agustin Costas: “Thực tế, quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam - Argentina đã có bước phát triển tích cực thời gian qua. Cho đến nay, nhiều mặt hàng của chúng tôi cũng đã có cơ hội hiện diện tại Việt Nam. Trong khu vực ASEAN, có thể nói rằng, tiềm năng thị trường Việt Nam còn rất nhiều dư địa để thúc đẩy phát triển các sản phẩm xuất khẩu của Argentina, vì Việt Nam có dân số gần 100 triệu dân và sản phẩm của chúng tôi cũng khá phù hợp với thị hiếu của người dân Việt Nam.

Như chúng ta thấy, dịch Covid-19 đang ảnh hưởng mạnh mẽ, toàn diện đến các lĩnh vực kinh tế, xã hội, nhất là giao thương toàn cầu bị gián đoạn. Tuy vậy, thật may mắn là giao thương Việt Nam - Argentina không bị ảnh hưởng nhiều và ít bị đình trệ, riêng 90% số lượng sản phẩm xuất khẩu của Argentina sang Việt Nam chủ yếu là sản phẩm chăn nuôi, 10% khác là sản phẩm nguyên phụ liệu da, bông, gỗ và dược phẩm. Thời gian qua, với vai trò của Đại sứ quán Argentina, cũng như sự chủ động tích cực của Chính phủ Việt Nam và các doanh nghiệp, hai bên vẫn tiếp tục thúc đẩy hoạt động xuất khẩu song phương.

Về tăng trưởng kim ngạch thương mại hai chiều 2020 của hai nước, tôi có thể trả lời một cách thẳng thắn rằng, năm nay hai nước không đạt mục tiêu về con số, bởi năm 2019 hai nước đã đạt con số tăng trưởng ở mức 3 tỷ USD. Theo đó, trong khó khăn của



đại dịch Covid-19, thay vì đặt mục tiêu về con số tăng trưởng cụ thể, chúng tôi mong muốn mở rộng hơn nữa các mặt hàng xuất khẩu sang Việt Nam và các nước ASEAN nói chung. Đồng thời, chúng tôi cũng sẽ tập trung triển khai các hoạt động giao thương, xúc tiến thương mại phù hợp với bối cảnh mới, tạo cơ hội cho doanh nghiệp hai bên tìm hiểu, hợp tác, góp phần thúc đẩy hơn nữa các mặt hàng xuất khẩu song phương.

Hiện nay, các mặt hàng xuất khẩu hai chiều Việt Nam - Argentina đang có tính bổ trợ nhau rất lớn. Tại thị trường Argentina, ngoài nguyên phụ liệu dệt may, da dày, sắt thép, gốm sứ, các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam như: Điện tử, máy tính, sản phẩm viễn thông đang là trào lưu và xu hướng tiêu dùng của người dân Argentina. Chúng tôi rất bất ngờ về hàm lượng công nghệ cao của các sản phẩm Việt Nam và điều này được thị trường Argentina đón nhận, cũng như quan tâm và đánh giá cao. Sự thành công của một số mặt hàng này sẽ là lợi thế để các doanh nghiệp Việt Nam tự tin tiếp tục tiếp cận, chinh phục thị trường Argentina. Theo đó, các doanh nghiệp Việt Nam hãy mạnh dạn tìm hiểu thị hiếu, nhu cầu tiêu dùng, xu hướng phát triển kinh tế của Argentina để đầu tư và xuất khẩu; và hãy yên tâm mở rộng kinh doanh bởi Argentina có môi trường đầu tư, kinh doanh an toàn để doanh nghiệp phát triển lâu dài.”

NHIỀU TIỀM NĂNG XUẤT KHẨU ĐẾN THỊ TRƯỜNG NAM MỸ SAU DỊCH COVID-19

Các nước Mercosur (Nam Mỹ) là thị trường rất tiềm năng cho các mặt hàng xuất

khẩu của Việt Nam trong bối cảnh dịch COVID-19 làm đứt gãy nhiều chuỗi cung ứng truyền thống.

Đây là nhận định chung của các chuyên gia trong Hội nghị giao thương trực tuyến Việt Nam – Mercosur do Cục Xúc tiến thương mại phối hợp với Vụ thị trường châu Âu - châu Mỹ (Bộ Công Thương), Đại sứ quán Việt Nam tại Argentina và Brazil tổ chức tới 1/10.



Ông Đỗ Thắng Hải, Thứ trưởng Bộ Công Thương thông tin: Khối thị trường chung Nam Mỹ (Mercosur) gồm 5 nước thành viên chính thức là Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay và Venezuela được thành lập từ năm 1991. Hiện Mercosur là khối kinh tế lớn thứ 5 thế giới và là một trong những nhà sản xuất hàng đầu về lương thực, nguyên liệu và năng lượng cũng như một thị trường đầy tiềm năng, với hơn 275 triệu người tiêu dùng, với tổng GDP đạt 4.580 tỷ USD, chiếm 82,3% GDP của khu vực và chiếm khoảng 70% dân số Nam Mỹ.

Quan hệ kinh tế thương mại và đầu tư giữa Việt Nam và khu vực Mercosur đã không ngừng phát triển trong những năm gần đây. Chỉ tính riêng 10 năm trở lại đây, giá trị thương mại hai chiều đã tăng hơn 2,5 lần, từ 2,45 tỷ USD vào năm 2011 lên 8,68 tỷ USD vào năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Mercosur đạt 2,7 tỷ USD và nhập khẩu từ khu vực này đạt gần 6 tỷ USD.

Theo ông Đỗ Thắng Hải, Việt Nam đã thành lập cơ chế đối thoại với hầu hết các

nước thành viên của khối Mercosur, bao gồm ủy ban liên Chính phủ, ủy ban hỗn hợp về kinh tế, thương mại và đầu tư cũng như Ủy ban hỗn hợp kinh tế thương mại và kỹ thuật với Brazil.

Đây là các kênh trao đổi thông tin, thúc đẩy quan hệ hợp tác kinh tế, thương mại và đầu tư. Để thúc đẩy hơn nữa quan hệ hợp tác, Việt Nam và các nước Mercosur đang hướng tới việc đàm phán một Hiệp định thương mại song phương, tạo sân chơi công bằng, bình đẳng và minh bạch cho cộng đồng doanh nghiệp hai bên.

Sự xuất hiện của đại dịch COVID-19 đã tác động mạnh đến tình hình kinh tế - xã hội toàn cầu, bao gồm cả Việt Nam lẫn các thành viên Mercosur. Trao đổi thương mại giữa Việt Nam và các nước Mercosur cũng không tránh khỏi bất lợi. Trong 8 tháng năm 2020, kim ngạch thương mại hai chiều Việt Nam - Mercosur chỉ đạt 5,53 tỷ USD, giảm 1,66% so với cùng kỳ năm 2019.

"Đến nay, Việt Nam đã cơ bản khống chế được dịch COVID-19, Bộ Công Thương Việt Nam cũng đang nỗ lực đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại trực tuyến, hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường cho cộng đồng doanh nghiệp trong nước và đối tác nước ngoài để tháo gỡ khó khăn, vướng mắc trong hoạt động trao đổi thương mại quốc tế. Đây sẽ cơ hội để Việt Nam nâng cao hơn nữa kim ngạch trao đổi hàng hóa với các nước Mercosur và từng bước cân bằng cán cân thương mại", ông Đỗ Thắng Hải nhấn mạnh.

Chia sẻ về thị trường Argentina, ông Dương Quốc Thanh, Đại sứ Việt Nam tại Argentina cho biết, Việt Nam - Argentina có quan hệ hợp tác hữu nghị trên nhiều lĩnh vực từ chính trị, văn hóa, giáo dục, giao lưu nhân dân...và đặc biệt hợp tác kinh tế giữa hai nước ngày càng phát triển, trở thành điểm nhấn trong quan hệ của hai quốc gia.

Trong vòng 5 năm trở lại đây kim ngạch thương mại Việt Nam - Argentina luôn đạt mức xấp xỉ 3 tỷ USD, đưa Việt Nam trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Argentina tại khu vực ASEAN. Dự báo, năm 2020, kim ngạch thương mại Việt Nam - Argentina sẽ đạt mức 4 tỷ USD.

Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Argentina mới chỉ đạt khoảng 500 triệu USD., chiếm khoảng 1,4% tổng nhu cầu nhập khẩu hàng năm của Argentina, một số ngành hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn cũng mới chỉ chiếm từ 10-15% nhu cầu thị trường.

Do đó, dư địa xuất khẩu hàng hóa Việt Nam vào Argentina nói riêng và khối Mercosur nói chung vẫn còn rất lớn, nhất là các mặt hàng dệt may, da giày, đồ nội thất, thủ công mỹ nghệ, cà phê, tiêu, điều...

Theo phân tích của Thương vụ Việt Nam tại Argentina (kiêm nhiệm Uruguay và Paraguay) khối Mercosur là khu vực thị trường còn nhiều tiềm năng cho doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam bởi cơ cấu hàng hóa của Việt Nam và khối này mang tính bổ sung cho nhau và không cạnh tranh trực tiếp.

Các nước Mercosur có thể mạnh sản xuất, xuất khẩu nông sản, thức ăn chăn nuôi gia súc, nguyên liệu công nghiệp, khoáng sản trong khi mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào Mercosur là thiết bị điện tử viễn thông, dệt may, da giày.

Điểm đáng lưu ý là hiện nay các nước Mercosur chưa có bất cứ thỏa thuận ưu đãi thương mại nào với các quốc gia có cơ cấu hàng hóa xuất khẩu cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam. Chính phủ các nước thành viên Mercosur, đặc biệt là Argentina luôn đánh giá Việt Nam là đối tác thương mại quan trọng ở khu vực châu Á. Việt Nam hiện là đối tác thương mại lớn thứ 8 của Argentina.

Bà Phạm Thị Kim Hoa, Đại sứ Việt Nam tại Brazil thông tin, Brazil là thị trường tiêu thụ lớn nhất khu vực Nam Mỹ với quy mô dân số lên đến 200 triệu người. Trung bình mỗi năm, Brazil nhập khẩu hơn 236 tỷ USD hàng hóa; trong đó có 30% hàng hóa đến từ khu vực châu Á.

Theo Đại sứ Phạm Thị Kim Hoa, Brazil đang là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Nam Mỹ, ngược lại Việt Nam cũng là đối tác thương mại lớn nhất của Brazil tại Đông Nam Á.

Thời gian gần đây, các mặt hàng thủy sản, giày dép, thực phẩm chế biến, thức uống và đồ chơi Việt Nam rất được người tiêu dùng Brazil quan tâm. Mặc dù vậy, thị phần hàng hóa Việt Nam tại thị trường này còn rất khiêm tốn, chỉ ở mức 1,5% tổng kim ngạch nhập khẩu hàng hóa mỗi năm của Brazil.

Các đại sứ, thương vụ Việt Nam tại Mercosur cho rằng, sau dịch COVID-19 các quốc gia trong khu vực đều có xu hướng định hình lại chuỗi cung ứng, đa dạng hóa nguồn cung hàng hóa nhập khẩu, đặc biệt là ở các quốc gia giữ được sự ổn định trong dịch bệnh.

Đây chính là cơ hội cho các doanh nghiệp, ngành hàng có thế mạnh của Việt Nam đẩy mạnh xúc tiến thương mại, gia tăng sự hiện diện tại khu vực Nam Mỹ nhằm nâng cao thị phần và giá trị xuất khẩu trong thời gian tới.

HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ GIỮA VIỆT NAM VÀ ARGENTINA



Cựu Tổng thống nước Cộng hòa Argentina và Phó Thủ tướng Chính phủ Vũ Đức Đam dự Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam-Argentina

CÁC CƠ HỘI ĐẦU TƯ VÀO ARGENTINA

Argentina có vị trí nổi bật trên bản đồ thương mại thế giới, giàu tiềm năng tài nguyên thiên nhiên, nhân lực và các tổ hợp công nghiệp năng động. Nền kinh tế đa dạng hóa và thị trường tiêu dùng lớn đã đưa Argentina thành điểm đến lý tưởng đối với các doanh nghiệp Việt Nam, trong đầu tư, hợp tác và phát triển.

Argentina có nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú chưa được khai thác, là trụ cột trong chuỗi cung ứng cho toàn thế giới thế kỉ XXI. Các khuyến khích của Chính phủ cùng các khoản đầu tư mới mang lại nhiều tiềm năng cho các ngành chiến lược như khoáng sản, nông nghiệp và công nghệ.

Argentina là nhà sản xuất năng lượng lớn, với nhiều nguồn tài nguyên dầu mỏ, khí đốt, năng lượng tái tạo và dự trữ khoáng sản lithium, đồng, vàng và các kim loại quý khác.

Từ các nguồn dự trữ phong phú của mỏ Vaca Muerte tới các điều kiện thuận lợi của Bán cầu Tây đối với các dự án năng lượng gió, thủy điện và mặt trời, Argentina mang

đến nhiều cơ hội đầu tư quý báu cho việc phân phối tài nguyên, hóa lỏng LNG, khai thác ngoài khơi và công nghệ tái tạo quan trọng.

Trong bối cảnh đó, Argentina phát triển một công cụ khuyến khích FDI vào Argentina: Cổng thông tin cho các Dự án Đầu tư Tư nhân của Argentina. Đây là nền tảng làm cầu nối liên hệ đáng tin cậy cho các bên xúc tiến dự án ở quy mô đa dạng các ngành sản xuất trong nước và một mạng lưới các nhà đầu tư quốc tế tiềm năng, những người có thể tham khảo một cách toàn cảnh hay đơn nhất các cơ hội được sắp xếp theo các tiêu chí tìm kiếm khác nhau. (<https://www.investargentina.org.ar/>).

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Argentina**

Địa chỉ: 11 của Septiembre 1442, Belgrano (CP 1426) Capital Federal - Buenos Aires

Tel: +54-11 4783 1802

Số fax: +54-11 4782 0078

E-mail: vnemb.ar@mofa.gov.vn; atn.sqvn@gmail.com

Website: www.vneosystemy-argentina.mofa.gov.vn

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Argentina**

Địa chỉ: Arribeños 2554 - C.P (1428) Capital Federal

Điện thoại: (541)147-061992

Email: viettrade@ciudad.com.ar

Fax: (541)147-061992

➤ **Đại sứ quán Argentina tại Việt Nam**

Địa chỉ: Phòng 401, Tầng 4, Sentinel Place, số 41A đường Lý Thái Tổ, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam

Điện thoại: 024-38315262/3/09/578

Fax: 024-38315577/288

Email: embarg@hn.vnn.vn ; eviet@mrecic.gov.ar

TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM - ITPC

Địa chỉ: 51 Đinh Tiên Hoàng, Phường Đa Kao, Quận 1, Tp.HCM

92 Nguyễn Huệ, Phường Bến Nghé, Quận 1, Tp.HCM

ĐT: (028) 3823 6738 - 3910 1309

Fax: (028) 3824 2391

Email: itpc@itpc.gov.vn; info@itpc.gov.vn

Website: www.itpc.gov.vn

