

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



Thị trường
các nước
CPTPP

THỊ TRƯỜNG CHILE

Tháng 08/2021

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 CHILE

10 NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CHILE

24 HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CHILE

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 Chile 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



WORLD
ECONOMIC
FORUM



Gobierno de Chile

CHILE
ADUANAS
CUSTOMS



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 Chile tại Việt Nam
trong quá trình thực hiện ấn phẩm này.

THỊ TRƯỜNG CHILE



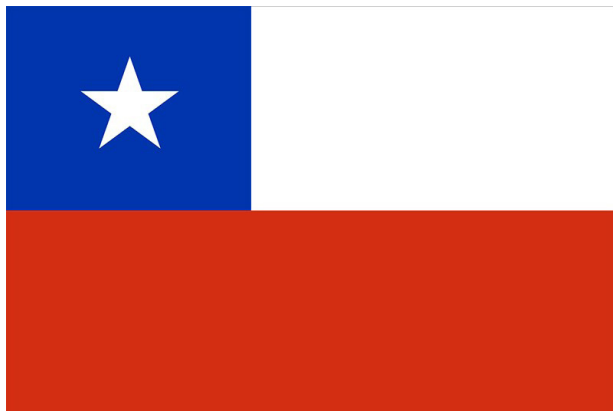
SANTIAGO

TỔNG QUAN VỀ CHILE



Trước khi người Tây Ban Nha đến vào thế kỷ 16, người Inca cai trị miền bắc Chile trong gần một thế kỷ; trong khi đó người bản địa, người Mapuche, sinh sống ở miền trung và miền nam Chile. Mặc dù Chile tuyên bố độc lập vào năm 1810, nhưng nước này đã không giành được chiến thắng quyết định trước người Tây Ban Nha cho đến năm 1818. Các cải cách kinh tế được duy trì nhất quán kể từ những năm 1980, đã góp phần vào tăng trưởng ổn định, giảm tỷ lệ nghèo xuống hơn một nửa và giúp đảm bảo cam kết của đất nước đối với chính phủ dân chủ và đại diện.

Chile ngày càng đảm nhận các vai trò lãnh đạo khu vực và quốc tế phù hợp với vị thế là một quốc gia dân chủ, ổn định.



Tên đầy đủ: Cộng hòa Chile

Thủ đô: Santiago

Quốc khánh:
18/9/1810

Vị trí địa lý: Thuộc phía nam vùng Nam Mỹ, giáp với Nam Thái Bình Dương, giữa Aentina và Peru

Diện tích (Km²): 756,102

- Đất: 743,812 km²
- Nước: 12.290 km²

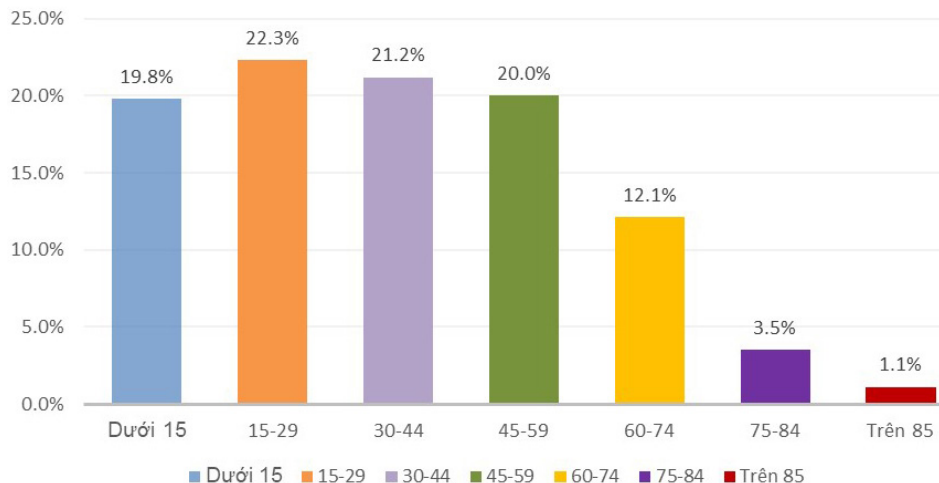
Khí hậu: khí hậu ôn hòa; sa mạc ở phía bắc; khí hậu Địa Trung Hải ở khu vực trung tâm; mát và ẩm ướt ở phía nam

Tài nguyên thiên nhiên: Đồng, gỗ xẻ, quặng sắt, nitrat, kim loại quý, molybden, thủy năng

Dân số (triệu người): 18.3 (ước tính đến tháng 7 năm 2021)

Cấu trúc dân số:

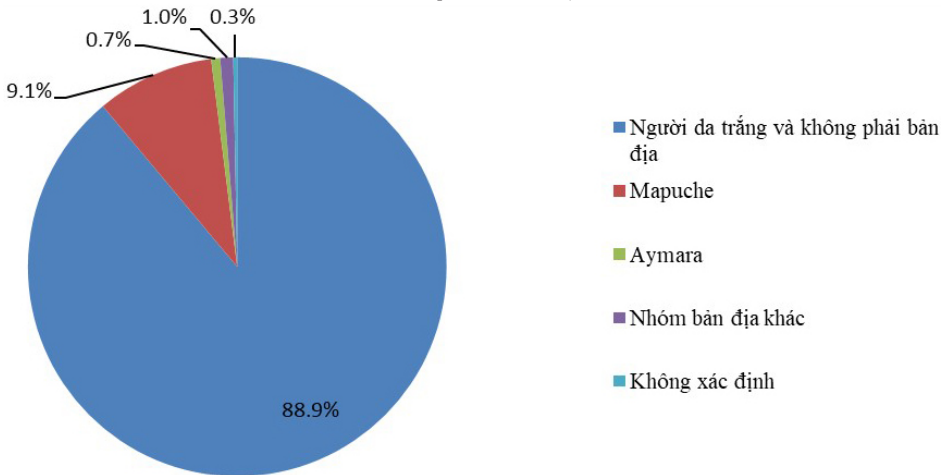
Cấu trúc dân số Chile (2019)



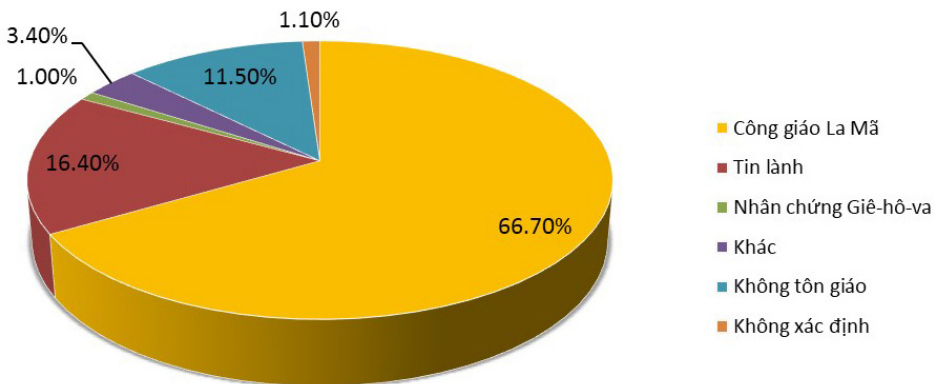
Tỷ lệ tăng dân số (%): 0.68 (ước tính năm 2021)

Dân tộc: Người da trắng và không phải bản địa 88.9%, Mapuche 9,1%, Aymara 0,7%, các nhóm bản địa khác 1%, 0,3% không xác định (ước tính năm 2012).

Thành phần dân tộc



Thành phần tôn giáo



Ngôn ngữ: Tiếng Tây Ban Nha 99,5% (chính thức), tiếng Anh 10,2%, bản địa 1% (bao gồm Mapudungun, Aymara, Quechua, Rapa Nui), 2,3% khác, 0,2% không xác định.

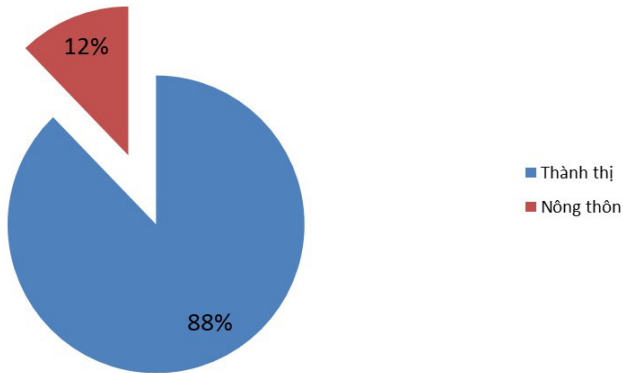
Hệ thống pháp luật: Dựa trên bộ luật năm 1857 của Tây Ban Nha, sau này ảnh hưởng bởi luật của Pháp và Australia

Lực lượng lao động (triệu) 7.249 (ước tính năm 2020)

Lực lượng lao động theo lĩnh vực nghề nghiệp (ước tính 2013):

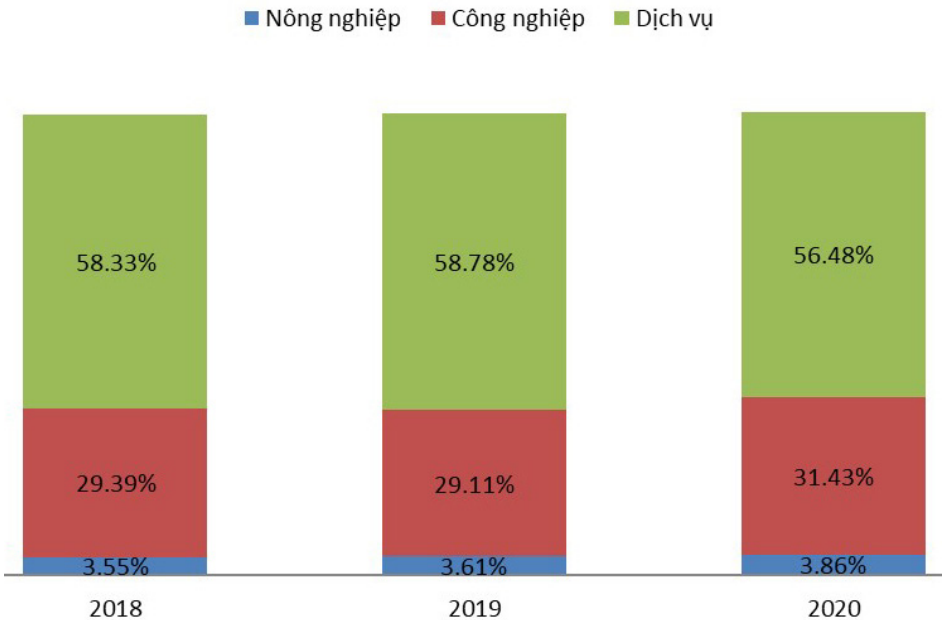
- Nông nghiệp: 9.2%
- Công nghiệp: 23.7%
- Dịch vụ: 67.1%

Phân bố dân cư Thành thị - Nông thôn (2017)



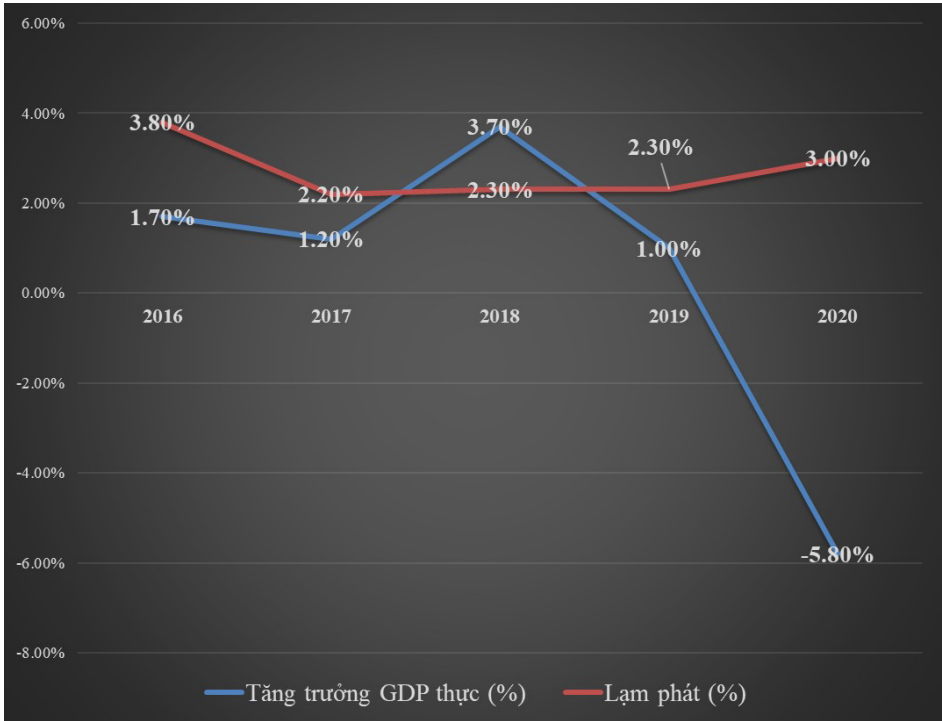
GDP theo ngành

(Nguồn: Statista)



Tỷ lệ tăng trưởng GDP thực và lạm phát

(Nguồn: IMF)



NHỮNG LƯU Ý KHI KINH DOANH TẠI THỊ TRƯỜNG CHILE

TỔNG QUAN NỀN KINH TẾ



Phiên họp lần IV Hội đồng Thương mại tự do Việt Nam – Chile

Với tình hình bất ổn dân sự vào cuối năm 2019 và do sự lây lan của virus COVID-19, Chile đã trải qua sự suy giảm kinh tế đáng kể trong giai đoạn 2019-2020. Theo các ước tính của Ngân hàng Trung ương Chile, Ngân hàng Phát triển Quốc tế và các tổ chức khác cho rằng nền kinh tế suy giảm khoảng 7,5% vào năm 2020. Nhưng các dự báo tương tự cũng cho thấy, nếu không có xung đột dân sự và bùng phát đại dịch, Chile sẽ phục hồi nhanh chóng và có khả năng tăng trưởng đáng kể vào năm 2021 lên tới 5%. Tăng trưởng sẽ phụ thuộc vào xu hướng trong lĩnh vực khai thác, đặc biệt là giá đồng và lithium, cả hai đều quan trọng đối với Chile trong thương mại nước ngoài.

Bất chấp những bất lợi gần đây, Chile vẫn tiếp tục là đối tác thương mại và thị trường xuất khẩu mạnh mẽ của các công ty nước ngoài, phần lớn là do chính sách thị trường mở, thuế quan bằng 0, chính phủ dân chủ, thực tiễn kinh doanh vững chắc và tham nhũng thấp.

Đồng peso của Chile trôi nổi tự do trên thị trường quốc tế. Do nền kinh tế Chile chủ yếu dựa vào ngành khai thác mỏ, nền kinh tế - và do đó, giá trị của đồng peso - phụ thuộc phần lớn vào xu hướng giá đồng và lithium, những mặt hàng xuất khẩu chính của nước này trong lĩnh vực này. Trong năm ngoái, đồng peso đã dao động trong khoảng 650-750 peso Chile (CLP) so với Đô la Mỹ.

Chile có mức độ hiệu quả của chính phủ tốt, mức độ tham nhũng thấp và cởi mở với ngoại thương. Chile luôn là quốc gia được xếp hạng cao nhất ở Mỹ Latinh về khả năng cạnh tranh kinh tế. Theo Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu năm 2019 của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF), Chile duy trì xếp hạng 33 trên thế giới về năng lực cạnh tranh, trong khi đó IMD đánh giá Chile đứng thứ 38 trên toàn thế giới, cả hai cuộc khảo sát đều xếp Chile cao nhất trong khu vực. WEF ước tính GDP bình quân đầu người của Chile (Sức mua tương đương) là khoảng 24.000 đô la. Tổ chức Minh bạch Quốc tế xếp Chile thứ 26 trong số 168 quốc gia trong Chỉ số Nhận thức Tham nhũng 2019.

Chile tiếp tục theo đuổi các chiến lược định hướng thị trường, mở rộng quan hệ thương mại toàn cầu và tham gia tích cực vào các vấn đề quốc tế và thương mại tự do. Chile là thành viên của Liên minh Thái Bình Dương, Tập đoàn Rio, thành viên liên kết của Mercosur, thành viên đầy đủ của APEC, và thành viên sáng lập của Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CP-TPP) và UNASUR. Chile trở thành thành viên thứ 31 của OECD vào năm 2010, là quốc gia Mỹ Latinh thứ hai gia nhập sau Mexico.

Chile đã đàm phán thành công các Hiệp định Thương mại Tự do với 62 quốc gia trên thế giới, đặc biệt là với châu Âu, Trung Quốc, Ấn Độ và Bắc Mỹ, cùng nhiều quốc gia khác. Do đó, sự cạnh tranh rất khốc liệt và gần 19 triệu công dân Chile có khả năng tiếp cận tuyệt vời với các sản phẩm và dịch vụ của thế giới. Điều này mang lại cơ hội duy nhất cho các nhà xuất khẩu nước ngoài quan tâm đến việc mở rộng hoạt động kinh doanh của họ tại thị trường được cho là rộng mở và ổn định nhất ở Mỹ Latinh.

THÁCH THỨC THỊ TRƯỜNG

Tuy các công ty nước ngoài không phải là mục tiêu của các cuộc biểu tình, nhưng Chính phủ Chile đã phải chuyển trọng tâm sang giải quyết các nhu cầu của người dân liên quan đến hệ thống lương hưu, giá dược phẩm cao, giáo dục đại học, chăm sóc sức khỏe và chi phí tiện ích.

Về khả năng thâm nhập thị trường, có lẽ thách thức lớn nhất đối với một công ty đang tìm cách xuất khẩu sang Chile là mức độ cạnh tranh cao và quy mô thị trường tương đối nhỏ. Mặc dù Chile là một thị trường với dân số chỉ dưới 19 triệu người, nhưng chính

sách thương mại và đầu tư cởi mở của nước này đã thu hút sự chú ý của nhiều công ty nước ngoài. Đồng thời, quy mô thị trường nhỏ đã khiến một số công ty bỏ qua Chile, để lại những thị trường ngách thú vị và cơ hội vững chắc cho hàng xuất khẩu.

Mặc dù Chile cởi mở với các sản phẩm và công nghệ mới, các doanh nhân Chile có xu hướng bảo thủ và thận trọng hơn nhiều so với các doanh nhân bình thường. Các công ty nước ngoài nên cân nhắc điều này khi tham gia thị trường và điều chỉnh kỳ vọng bán hàng cho phù hợp.

Chính phủ Chile cam kết cố gắng hợp lý hóa các quy trình thủ tục, nhưng các công ty nước ngoài sẽ thấy rằng hoạt động ở Chile đòi hỏi sự kiên nhẫn và khoan dung cho những chậm trễ liên quan đến việc thực hiện các thủ tục giấy tờ do chính phủ ủy quyền và cần quá nhiều phê duyệt và giấy phép.

Chìa khóa để cạnh tranh thành công là tìm được đối tác trong nước phù hợp. Rất khó để một pháp nhân nước ngoài có thể kinh doanh thành công tại Chile mà không có sự hiện diện trực tiếp trên thị trường hoặc đối tác địa phương. Một đại lý hoặc nhà phân phối tốt có thể sử dụng các mối quan hệ kinh doanh và / hoặc xã hội của họ để mở rộng cánh cửa, vượt qua các rào cản về quy định, cũng như văn hóa và ngôn ngữ.

Các công ty kinh doanh tại Chile nên biết rằng một số lượng tương đối nhỏ các tập đoàn kinh tế và các gia đình kiểm soát một tỷ lệ lớn các doanh nghiệp Chile. Sự cạnh tranh hạn chế trong một số ngành công nghiệp đã làm dấy lên những lo ngại ngày càng tăng về tính minh bạch và các cáo buộc về sự thông đồng hoặc tham nhũng tiềm ẩn trong những năm gần đây.

CƠ HỘI THỊ TRƯỜNG

Chi phí năng lượng ở Chile là một trong những chi phí cao nhất ở Nam Mỹ và Chile cần phải mở rộng công suất lắp đặt để đáp ứng nhu cầu trong nước trong thập kỷ tiếp theo. Như vậy, Chile đang tìm kiếm công nghệ và vốn để tăng nguồn cung cấp thông qua hệ năng lượng mới (độc quyền tái tạo) và hiệu quả năng lượng.

Chile mong muốn thúc đẩy sự tham gia của khu vực tư nhân vào các dự án công trình công cộng và cơ sở hạ tầng thông qua việc nhượng quyền và sẽ tiếp tục sử dụng chiến lược này trong tương lai. Chile đã tư nhân hóa phần lớn cơ sở hạ tầng và các dịch vụ cơ bản, chẳng hạn như cảng, đường cao tốc, giao thông vận tải và cấp nước. Ngoài ra còn có sự tham gia đáng kể của khu vực tư nhân vào giáo dục, hưu trí/lương hưu, chăm sóc sức khỏe và nhà tù.

Trong khi Chile là một thị trường nhỏ so với các nước láng giềng, nhiều công ty nước ngoài xem Chile là một nền tảng tuyệt vời để kinh doanh ở khu vực. Ví dụ, Peru đã nhận

được sự quan tâm đáng kể từ các công ty bán lẻ, công ty khai thác mỏ và nông nghiệp có trụ sở tại Chile.

Nhiều cơ hội hàng đầu cho việc xuất khẩu thiết bị và dịch vụ bao gồm năng lượng (đặc biệt là năng lượng tái tạo), chăm sóc sức khỏe, an toàn và an ninh, công nghệ môi trường, thiết bị nông nghiệp, tài nguyên nước, sản phẩm thực phẩm giá trị cao, viễn thông, khai thác mỏ, phụ tùng ô tô và ngành xây dựng.

CÁC BƯỚC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG



Hội thảo “Việt Nam-Chile: Những cơ hội hợp tác giai đoạn 2021-2022.”

Việc thành lập công ty con hoặc văn phòng chi nhánh tại Chile được khuyến nghị cho nhà xuất khẩu mong đợi một khối lượng bán hàng lớn và/hoặc yêu cầu hỗ trợ dịch vụ địa phương hoặc hàng tồn kho được bản địa hóa. Bất kỳ công ty nào được thành lập hợp pháp ở nước ngoài đều có thể thành lập dưới tên riêng một chi nhánh được ủy quyền (“agencia”) tại Chile.

Một chiến lược thâm nhập thị trường khác thực tế và phổ biến hơn, đặc biệt đối với các nhà xuất khẩu mới gia nhập thị trường và các công ty đang thử nghiệm và phát triển trên thị trường, là chỉ định một đại lý hoặc đại diện tại Chile có khả năng tiếp cận tốt với những người mua có liên quan và có chuyên môn kỹ thuật vững vàng.

RÀO CẢN THƯƠNG MẠI

Chile có rất ít rào cản đối với nhập khẩu hoặc đầu tư, cho phép các công ty nước ngoài được hưởng các biện pháp bảo vệ tương tự và hoạt động trong các điều kiện tương tự như các công ty địa phương. Trong nông nghiệp, một số ngoại lệ được áp dụng. Nhiều hạn chế nhập khẩu đối với trái cây tươi đã được giải quyết do kết quả của các cuộc đàm phán kỹ thuật được tổ chức hàng năm và sau các cuộc đàm phán FTA trong khuôn khổ Ủy ban Vệ sinh Môi trường và Thực vật. Do đó, có nhiều khả năng tiếp cận thị trường mới đối với nhiều loại trái cây và rau quả của nước ngoài hơn. Tuy nhiên, các nhà xuất khẩu nông sản nên liên hệ với Bộ Nông nghiệp để kiểm tra bất kỳ hạn chế nào đối với các sản phẩm cụ thể trước khi vận chuyển đến Chile.



Ông Pablo Ignacio Arancibia Salazar - Trưởng văn phòng xúc tiến thương mại Chile và ông Lữ Minh Quang, Giám đốc Nhập khẩu Công ty Biovegi tại cửa hàng Biovegi tại TP.HCM

Chile chỉ chấp thuận nhập khẩu các sản phẩm thực phẩm chế biến trong từng trường hợp cụ thể. Không có quy trình phê duyệt chung nào cho phép các sản phẩm giống hệt nhau từ các công ty khác nhau vào Chile sau khi chúng đã được kiểm tra và tuân thủ các quy định y tế địa phương. Để đưa một sản phẩm vào, nhà nhập khẩu phải được sự cho phép của Nhân viên Y tế tại cảng nhập, họ sẽ lấy mẫu và thực hiện các xét nghiệm cần thiết. Chile đang ngày càng tuân theo các tiêu chuẩn quốc tế như Codex Alimentarius. Tuy nhiên,

luật ghi nhãn dinh dưỡng năm 2015 có sự khác biệt đáng kể so với các yêu cầu ghi nhãn ở thông thường. Một điểm khác biệt nữa là tất cả các nhãn phải bằng tiếng Tây Ban Nha.

THỦ TỤC NHẬP KHẨU

Một số "hàng xa xỉ" nhập khẩu phải chịu thuế 15 phần trăm khi nhập cảnh vào Chile. Chúng bao gồm: bia, rượu chicha, rượu táo, rượu vang và rượu sâm banh; các sản phẩm bằng vàng, bạch kim và trắng ngà; đồ trang sức và đá quý tự nhiên hoặc tổng hợp; lông thú mịn; xe kéo nhà di động; chất bảo quản trứng cá muối và các chất dẫn xuất của chúng; các sản phẩm bắn pháo hoa, chẳng hạn như pháo hoa, petards, và các vật phẩm tương tự (trừ mục đích sử dụng trong công nghiệp, khai thác mỏ hoặc nông nghiệp); vũ khí không khí hoặc khí đốt và các phụ kiện của chúng (trừ trường hợp săn bắn dưới nước); xe điện; và thảm mịn và các sản phẩm tương tự. Các loại rượu khác, chẳng hạn như nho pisco, whisky, aguardiente phải đối mặt với mức thuế 31,5%, các loại rượu vang, rượu vang sủi tăm và bia phải chịu mức thuế 20,5%. Các sản phẩm thuốc lá, chẳng hạn như thuốc lá điếu, xì gà và thuốc lá chế biến, lần lượt phải chịu các mức thuế bổ sung 61%, 51% và 57,9%.

Ngoài ra, tất cả hàng hóa nhập khẩu đều phải chịu mức thuế Giá trị gia tăng (IVA) 19% giống nhau đối với hàng hóa trong nước.

YÊU CẦU VỀ GHI NHÃN VÀ KÍ HIỆU

Chile có các yêu cầu ghi nhãn khá phổ biến đối với các sản phẩm nhập khẩu. Trong số các yêu cầu quan trọng nhất đối với các nhà xuất khẩu là việc ghi nhãn phải bằng tiếng Tây Ban Nha và các phép đo phải theo hệ mét. Ngoài ra, các sản phẩm tiêu dùng phải hiển thị quốc gia xuất xứ trước khi được bán tại Chile. Hàng hóa đóng gói phải được đánh dấu để thể hiện chất lượng, độ tinh khiết, thành phần hoặc hỗn hợp, và khối lượng tịnh hoặc số đo của bên trong. Ngoài ra còn có các yêu cầu cụ thể đối với thực phẩm đóng hộp, giày dép, thực phẩm, máy móc điện, thiết bị khí nén và lỏng (LNG và CNG), nhựa, rượu vang và đồ uống có cồn, hàng dệt may, bột mì, chất tẩy rửa và thuốc diệt côn trùng dùng trong nông nghiệp.

Thực phẩm đóng hộp hoặc đóng gói nhập khẩu vào Chile phải có nhãn bằng tiếng Tây Ban Nha cho tất cả các thành phần, bao gồm các chất phụ gia, ngày sản xuất và hết hạn của sản phẩm cũng như tên của nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu. Tất cả các kích thước và trọng lượng của thành phần cũng phải được chuyển đổi sang hệ mét. Hàng

hóa không tuân thủ các yêu cầu này có thể được nhập khẩu nhưng không được bán cho người tiêu dùng cho đến khi thực hiện chuyển đổi. Do đó, thực phẩm được dán nhãn bằng tiếng Anh phải được dán nhãn lại ở Chile trước khi chúng có thể được bán.

Vào ngày 26 tháng 6 năm 2015, Bộ Y tế đã công bố quy định thực hiện Luật 20606 quy định việc ghi nhãn thành phần dinh dưỡng của sản phẩm thực phẩm, Nghị định 13 năm 2015. Nghị định hướng tới các sản phẩm thực phẩm dùng cho trẻ em dưới 14 tuổi nếu vượt quá giới hạn quy định về natri, đường, năng lượng (calo) và chất béo bão hòa, như được chỉ ra trong bảng dưới đây. Việc thực thi bắt đầu vào ngày 27 tháng 6 năm 2016.

	Năng lượng Kcal/100 ml	Natri mg/100 ml	Tổng đường g/100 ml	Chất béo bão hòa g/100 ml
Hạn chế đối với thức ăn rắn. Giá trị lớn hơn hoặc bằng:	275	400	10	4
Hạn chế đối với thức ăn lỏng. Giá trị lớn hơn hoặc bằng:	70	100	5	3

Các sản phẩm thực phẩm vượt quá giới hạn đã xác định phải được dán nhãn màu đen với dòng chữ “Chứa nhiều muối, đường, năng lượng hoặc chất béo bão hòa” theo thành phần dinh dưỡng của nó. Một dấu hiệu vượt ngưỡng phải được sử dụng cho mỗi chất dinh dưỡng quan trọng vượt quá giới hạn quy định. Do đó, trong một số sản phẩm, có thể cần đến bốn dấu hiệu vượt ngưỡng cho một sản phẩm.

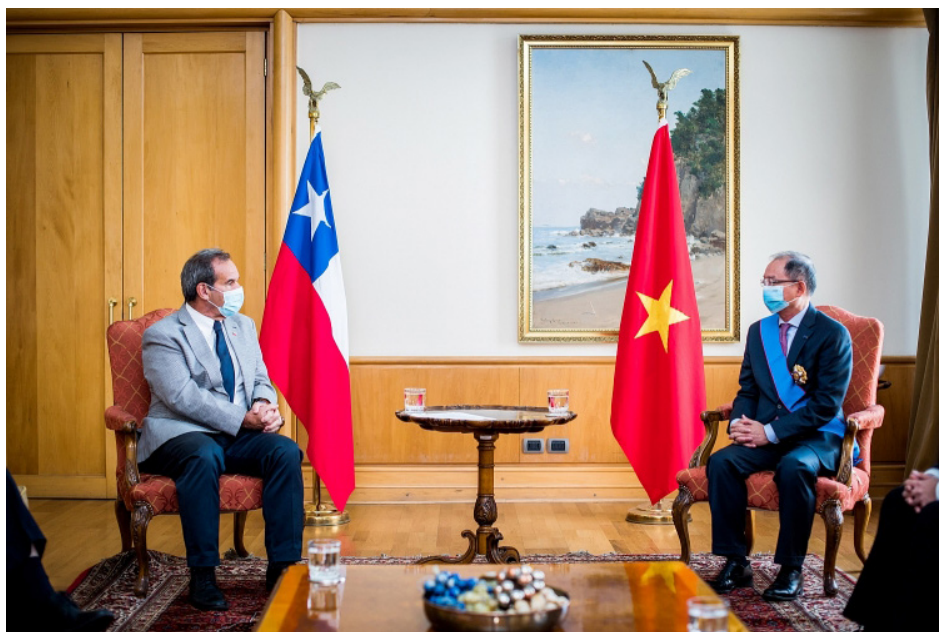
Quy định cũng nêu rõ rằng các sản phẩm có một hoặc nhiều dấu hiệu vượt ngưỡng phải tuân thủ những điều sau đây:

- Sản phẩm không được bán, tiếp thị, khuyến mại hoặc quảng cáo trong các cơ sở giáo dục mầm non, tiểu học hoặc trung học.

- Sản phẩm sẽ không được quảng cáo trên các phương tiện truyền thông hoặc phương tiện truyền thông nhắm mục tiêu đến trẻ em dưới 14 tuổi, chẳng hạn như áp phích, tài liệu in, điểm bán hàng hoặc sách giáo khoa, cũng như trên truyền hình, đài phát thanh, internet, tạp chí, cũng như trong không gian quảng cáo trong hoặc gần với loại thứ hai, khi ít nhất 20 phần trăm đối tượng mục tiêu bao gồm trẻ em dưới 14 tuổi.
- Sản phẩm sẽ không được cung cấp miễn phí cho trẻ em dưới 14 tuổi cũng như không được sử dụng các mục đích thương mại nhắm mục tiêu đến công chúng đó, chẳng hạn như đồ chơi, phụ kiện, nhân dân, hoặc các hình thức khuyến mãi tương tự khác.

Có một số sản phẩm được miễn áp dụng Quy định này, những sản phẩm đó là:

- Các sản phẩm thực phẩm có thêm đường, natri hoặc chất béo bão hòa.
- Thực phẩm được bán với số lượng lớn, chia phần, chia nhỏ hoặc chế biến theo yêu cầu của công chúng, mặc dù chúng được đóng gói tại thời điểm bán.
- Thực phẩm dùng trong chế độ ăn uống đặc biệt, chẳng hạn như sữa công thức cho trẻ em, các chế phẩm thương mại cho thức ăn trẻ em và thực phẩm cho mục đích y tế hoặc để kiểm soát cân nặng.
- Thực phẩm chức năng và thực phẩm dành cho vận động viên.
- Thực phẩm và món ăn chế biến sẵn được đóng gói để bán theo từng phần.



Bộ trưởng Ngoại giao Chile, Ngài Andres Allamand và Đại sứ Nguyễn Ngọc Sơn

Về hiệu lực thi hành, Nghị định này có hiệu lực sau 12 tháng kể từ ngày đăng Công báo quốc gia, tức là ngày 26 tháng 6 năm 2015. Mục tiêu của việc cắt giảm theo từng giai đoạn trong 3 năm là khuyến khích các nhà sản xuất cải tiến sản phẩm của họ (tức là giảm chất béo, đường, hàm lượng natri) và cho phép thời gian để thực hiện.

TAM NHẬP TÀI XUẤT

Chile sẽ cho phép nhập cảnh tạm thời miễn thuế các thiết bị chuyên nghiệp cần thiết để thực hiện hoạt động kinh doanh của một doanh nhân đủ điều kiện nhập cảnh tạm thời theo luật Chile. Miễn thuế tạm thời đối với hàng hóa dùng để trưng bày hoặc trình diễn và các mẫu thương mại được phép.



SẢN PHẨM HẠN CHẾ VÀ CẤM NHẬP KHẨU

Chile có rất ít hàng nhập khẩu bị cấm hoặc hạn chế, ngoài những sản phẩm nông nghiệp đã được đề cập trước đó.

➤ Văn hóa địa phương

Chile là một trong những quốc gia dài nhất trên thế giới, có nhiều cảnh quan và khí hậu đa dạng. Bỏ qua sự khác biệt về khu vực và địa lý, nhiều người Chile có xu hướng tin rằng xã hội của họ là đồng nhất. Ngôn ngữ Tây Ban Nha của Chile, Công giáo và sự cô lập tương đối của Chile với phần còn lại của Nam Mỹ, tất cả đã góp phần vào sự thống nhất của văn hóa Chile. Với việc tái tổ chức nền kinh tế và chính trị dưới thời nhà độc tài Augusto Pinochet và sự trở lại của nền dân chủ sau đó, gần như mọi khía cạnh của xã hội Chile đã thay đổi trong 20 năm qua. Các giá trị truyền thống đang thích ứng với toàn cầu hóa và tính di động xã hội tăng lên rõ rệt.

Xã hội Chile có xu hướng phân tầng theo các nhóm kinh tế xã hội khá rõ ràng. Thật vậy, tình trạng kinh tế xã hội của một người được coi là yếu tố quyết định chính đến danh tính của một người. Tầng quan trọng của tầng lớp xã hội được phản ánh trong nhiều từ tiếng Chile khác nhau được sử dụng để mô tả vị trí xã hội của một người nào đó. Ví dụ: ‘cuico’, ‘pituco’ và ‘esnob’ thường được dùng để chỉ tầng lớp trên, trong khi ‘roto’, ‘ordinario’ và ‘flaite’ được dùng để mô tả tầng lớp thấp hơn.

Xã hội Chile đã trải qua một sự thay đổi đáng kể trong 5 năm qua với sự xuất hiện của những người nhập cư từ các quốc gia như Cuba, Venezuela, Haiti, Peru, Bolivia và Colombia. Khi đến Chile, nhiều người trong số những người di cư này làm những công việc không có tay nghề hoặc những ngành nghề thường gắn với tầng lớp xã hội thấp hơn - chẳng hạn như dọn dẹp, phục vụ bàn, giúp việc gia đình và bán hàng rong - mặc dù có trình độ học vấn cao. Cuộc di cư này đã làm căng thẳng điều kiện sống của nhiều gia đình Chile vốn đã sống trong cảnh nghèo đói, dẫn đến sự xuất hiện của một tầng lớp xã hội mới - tầng lớp trung lưu - thấp.

Sự tương tác giữa các tầng lớp xã hội thường là thoáng qua, chủ yếu xảy ra thông qua nơi làm việc như doanh nhân tương tác với người giúp việc hoặc tài xế taxi. Các khía cạnh khác nhau của xã hội kéo dài sự phân biệt giai cấp xã hội. Một ví dụ là hôn nhân, theo đó áp lực gia đình có thể ngăn cản một người giao tiếp xã hội hoặc kết hôn với những người thuộc một tầng lớp xã hội khác. Một ví dụ đáng chú ý khác là trong giáo dục, theo đó chất lượng giảng dạy phần lớn phụ thuộc vào việc cơ sở giáo dục là công lập hay tư thục. Những người thuộc tầng lớp trên thường gửi con cái của họ đến các trường tư thục, thường quá đắt và không thể tiếp cận được với tầng lớp dưới.

Tầng lớp xã hội của một người thường có thể được phân biệt bằng họ của một người. Ví dụ, cụm từ tiếng Chile “apellido vinoso” (“họ rượu vang”) đề cập đến một nhóm các gia đình có nhiều ảnh hưởng trên đất nước. Dân tộc cũng có thể là một chỉ số về tầng

lớp kinh tế xã hội của một người. Mô hình chung cho thấy những người có làn da sẫm màu chịu nhiều thiệt thòi hơn về mặt kinh tế và xã hội. Thông thường, những người có nguồn gốc chủ yếu là châu Âu hoặc Trung Đông thuộc tầng lớp trung lưu hoặc thượng lưu, trong khi những người có nguồn gốc bản địa và Tây Ban Nha thuộc tầng lớp thấp hơn. Theo truyền thống, sự di chuyển xã hội khá khó khăn ở Chile. Mặc dù điều này đã thay đổi cùng với sự phát triển của nền kinh tế Chile, nhưng nhiều người có xu hướng ở trong cùng một tầng lớp xã hội trong thời gian dài.

Người Chile thường thân thiện và hiếu khách, đôi khi luôn sẵn sàng giúp đỡ người khác. Thật vậy, nhiều người Chile rất có tinh thần đoàn kết và sẽ giúp đỡ nhau những lúc cần thiết. Một số người cho rằng những thách thức do chế độ Pinochet đặt ra giúp thúc đẩy tinh thần đoàn kết trong gia đình hoặc giữa những người bạn thân. Điều này đã mở rộng kể từ khi dân chủ trở lại, theo đó các hình thức đoàn kết xã hội mới, rộng lớn hơn đã phát triển, đặc biệt là để bảo vệ các nạn nhân của chế độ độc tài và hỗ trợ người nghèo.

Trong những năm gần đây, việc thường xuyên xảy ra thiên tai ở Chile cũng góp phần rất lớn vào ý thức đoàn kết giữa các thành viên trong cộng đồng. Ví dụ, nhiều người Chile có thể gạt những khác biệt về xã hội, văn hóa và kinh tế để hỗ trợ lẫn nhau. Ở cấp độ địa phương hơn, cộng đồng và gia đình thường sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ những thành viên yếu nhất của họ. Thái độ này đặc biệt dễ nhận thấy ở các khu vực nông thôn và các khu đô thị nghèo nhất như campamentos.

Chủ yếu chịu ảnh hưởng của Công giáo, người Chile có xu hướng bảo thủ, khiêm tốn và tôn trọng quyền lực. Thật vậy, người Chile thường dè dặt hơn các nước láng giềng Nam Mỹ của họ. Trong thời gian gần đây, người Chile đang trở nên thoải mái hơn về thái độ bảo thủ. Điều này đã được mô tả như là 'destape' của người Chile ('cởi nắp'), theo đó người Chile đang trở nên tự do hơn trong quan điểm của họ. Tuy nhiên, hiện tượng này nổi bật hơn ở thế hệ trẻ; thế hệ già có xu hướng tiếp tục trân trọng và đề cao các giá trị truyền thống. Trong thời gian gần đây, các vấn đề xã hội gây tranh cãi nhất ở Chile là phá thai, ly hôn, sử dụng cần sa và đồng tính luyến ái.

➤ Văn hóa kinh doanh

□ Cuộc họp

- Đứng giờ được mong đợi trong môi trường kinh doanh. Tuy nhiên, không có gì lạ khi người Chile đến muộn hơn 30 phút so với thời gian quy định.
- Trong môi trường kinh doanh, mọi người thường được chào đón bằng một cái bắt tay kèm theo một nụ cười và giao tiếp bằng mắt trực tiếp.
- Khi xưng hô với ai đó, người Chile có xu hướng sử dụng chức danh của đối tác, sau đó là họ của họ. Tên không được sử dụng cho đến khi được mời làm như vậy.



- Danh thiếp thường được trao đổi khi bắt đầu cuộc gặp gỡ ban đầu.
- Các cuộc họp không có cấu trúc cứng nhắc hoặc tuân theo một chương trình nghị sự. Nhiều vấn đề có thể được giải quyết cùng một lúc hoặc khi chúng nảy sinh trong suốt cuộc họp.
- 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.
- Người Chile có cách tiếp cận thời gian linh hoạt. Do đó, các cuộc họp có thể không diễn ra đúng giờ do có thể bắt đầu muộn và không có thời gian kết thúc được ấn định.
- Các quyết định thường không được đưa ra trong các cuộc họp. Người ta thường cung cấp tất cả các thông tin cần thiết trong cuộc họp để hỗ trợ người đứng đầu ra quyết định.
- Quá trình ra quyết định là tập trung, theo đó hầu hết các quyết định được đưa ra bởi những người cấp cao hơn trong công ty. Điều này sẽ giảm dần khi hai công ty tham gia kinh doanh với nhau lâu hơn.

Xây dựng mối quan hệ trong kinh doanh

Văn hóa Chile có xu hướng dựa trên các mối quan hệ và điều này được phản ánh trong văn hóa kinh doanh của Chile. Làm quen và phát triển mối quan hệ cá nhân với

đối tác kinh doanh của bạn là điều quan trọng trước khi thực hiện bất kỳ giao dịch kinh doanh quan trọng nào. Các cuộc họp ban đầu thường được sử dụng để bắt đầu xây dựng mối quan hệ và thiết lập lòng tin với các đối tác kinh doanh tiềm năng. Thời gian thường được dành cho các cuộc thảo luận không phải kinh doanh để giúp quá trình này. Hầu hết các cuộc họp sau đó sẽ bao gồm các cuộc trò chuyện nhẹ trước khi thảo luận về các vấn đề kinh doanh. Các hoạt động xã hội bên ngoài môi trường làm việc như ăn tối hoặc các hoạt động thể thao được coi là một cách tốt để xây dựng mối quan hệ với các đối tác kinh doanh.

□ **'Pitutos'**

Niềm tin rằng những kết quả thuận lợi được tạo ra theo người có quen biết có liên quan mật thiết đến xu hướng xây dựng mối quan hệ của người Chile. Từ 'pitutos' đề cập đến các địa chỉ liên hệ hoặc kết nối mà một người có trong môi trường kinh doanh. Người Chile có thể sử dụng pitutos để đẩy nhanh các thủ tục, để được giới thiệu với một công ty hoặc để đạt được các điều khoản hợp đồng có lợi. Trong khi tính chuyên nghiệp và kiến thức được đánh giá cao, một 'buen pituto' ('kết nối tốt') thường cung cấp thêm một biện pháp bảo vệ và một cách để tăng tốc sự nghiệp của họ. Nhiều người Chile tin rằng những mối quan hệ cá nhân này là chìa khóa để tạo ra cơ hội.

□ **Phương pháp giao tiếp**

Trong môi trường kinh doanh, giao tiếp có xu hướng hòa hợp với cảm xúc của con người. Người Chile thường sẽ tránh đối đầu hoặc chỉ trích trực tiếp để tránh gây nguy hiểm cho danh dự hoặc nhân phẩm của người khác. Đôi khi, điều này đòi hỏi một người phải đọc giữa các dòng để hiểu đầy đủ về ý định của đối tác Chile. Nhiều người cau mày trước những cách tiếp cận khó tính và hành vi hung hăng. Mặc dù người Chile có xu hướng khá trang trọng trong môi trường kinh doanh, nhưng người Chile cũng đánh giá cao một chút hài hước khi giao tiếp với người khác.

□ **Điều cần lưu ý**

Người Chile có xu hướng tự hào về việc ăn mặc đẹp. Trang phục tương tự như kỳ vọng của người phương Tây nói tiếng Anh về trang phục trong môi trường kinh doanh. Những người đàn ông nên mặc những bộ đồ có màu tối, kín đáo. Phụ nữ nên mặc một bộ vest hoặc trang phục thanh lịch.

Trong khi các lãnh đạo cấp cao thường nói thông thạo tiếng Anh, các công ty Úc sẽ được hưởng lợi từ việc có nhân viên hoặc đối tác có thể nói tiếng Tây Ban Nha. Một lý do là ở các cấp quản lý cấp trung, hầu hết các giao tiếp được thực hiện bằng tiếng Tây

Ban Nha. Đây cũng là cấp độ mà nhiều cuộc đàm phán được tiến hành.

Thực hiện công việc trực tiếp thay vì qua điện thoại hoặc email được đánh giá cao.

Giữ danh thiếp của bạn và đối tác Chile ở tình trạng tốt. Một tấm danh thiếp được giữ gìn kém sẽ phản ánh không tốt về bạn.

Nếu có thể, hãy cố gắng dịch một mặt danh thiếp của bạn sang tiếng Tây Ban Nha.

Về Chỉ số Nhận thức Tham nhũng (2016), Chile đứng thứ 26 trong số 180 quốc gia, nhận được số điểm 67 (trên thang điểm từ 0 đến 100). Nhận thức này cho thấy khu vực công của đất nước phần nào trong sạch khỏi tham nhũng.

TIỀN TỆ



1 Peso Chilê (CLP) đổi được khoảng 29.6 Việt Nam Đồng (VND)

Peso là đơn vị tiền tệ của Chile. Đồng Peso chính thức được lưu hành từ năm 1975, với một phiên bản trước đó lưu hành giữa năm 1817 và 1960. Biểu tượng của tiền tệ này là chữ S với một hoặc hai thanh dọc nằm chông phía trước, S. Cả hai biểu tượng đều được sử dụng bởi nhiều loại tiền tệ, trong đó có đô la Mỹ. Mã ISO 4217 của đồng Peso hiện nay là CLP.

HOẠT ĐỘNG GIAO THƯƠNG GIỮA VIỆT NAM VÀ CHILE



Diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam - Chile năm 2021 được tổ chức trực tuyến

TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA CHILE

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 Chile đứng thứ 44 về xuất khẩu và 45 về nhập khẩu hàng hóa trên thế giới. Về dịch vụ, Chile đứng thứ 62 về xuất khẩu và 53 về nhập khẩu.

Chỉ số tự do kinh tế của Chile là 75,2, trở thành nền kinh tế tự do thứ 19 trong năm 2021. Chỉ số này đã giảm 1,6 điểm, chủ yếu do sự suy giảm về tự do đầu tư. Chile xếp thứ 2 trong số 32 quốc gia ở khu vực châu Mỹ, và có chỉ số tự do kinh tế cao hơn so với mức trung bình của khu vực và thế giới. (Nguồn: Heritage)

Chile là nền kinh tế thị trường được đặc trưng bởi ngoại thương năng động, tổ chức tài chính mạnh và chính sách hợp lý. Tất cả yếu tố này đã giúp cho trái phiếu chính phủ của Chile xếp hạng cao nhất ở Nam Mỹ. Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ chiếm khoảng một phần ba GDP, trong đó hàng hóa chiếm khoảng 60% tổng kim ngạch xuất khẩu. Đồng là mặt hàng xuất khẩu hàng đầu của Chile và cung cấp 20% doanh thu cho chính phủ.

Chile có 26 hiệp định thương mại với 60 quốc gia, trong đó bao gồm các hiệp định với EU, Mercosur, Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc và Mexico. Vào tháng 5 năm 2010, Chile đã ký Công ước OECD, trở thành quốc gia Nam Mỹ đầu tiên gia nhập OECD. Vào tháng 10 năm 2015, Chile đã ký kết hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), sau này được sửa thành Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) diễn ra tại Chile vào tháng 3 năm 2018. (Nguồn: CIA)

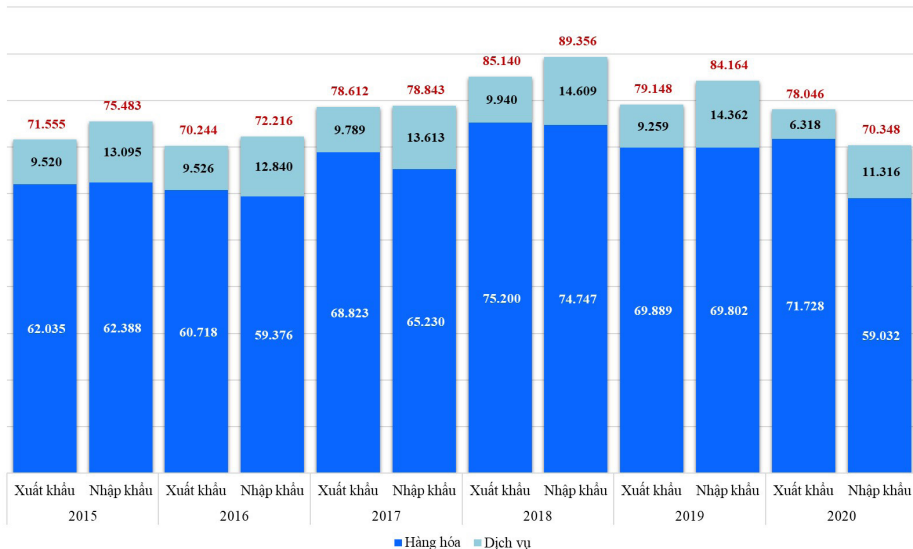
Giá trị xuất khẩu hàng hóa của Chile năm 2020 đạt 71,73 tỷ USD và nhập khẩu đạt 59,03 tỷ USD, thặng dư 12,7 tỷ USD. Về dịch vụ, năm 2020, Chile xuất khẩu 6,32 tỷ USD, nhập khẩu đạt 11,32 tỷ USD, thâm hụt gần 5 tỷ USD.

Tổng cán cân thương mại của Chile bị thâm hụt trong suốt giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2019, sau đó chuyển sang thặng dư trong năm 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 2019, Chile đạt giá trị thâm hụt liên tục hơn 231 triệu USD và đạt mức thấp nhất vào năm 2019 (5,02 tỷ USD). Vào năm 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.

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

(Nguồn: WTO)

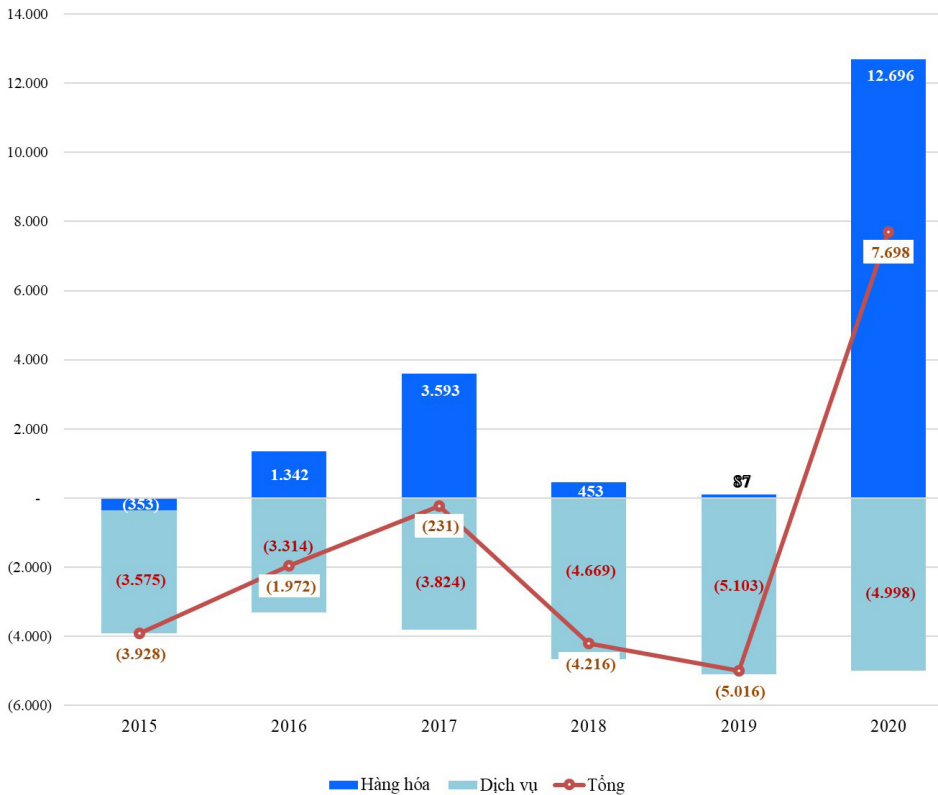
ĐVT: Triệu USD



Cán cân thương mại của Chile giai đoạn 2015 – 2020

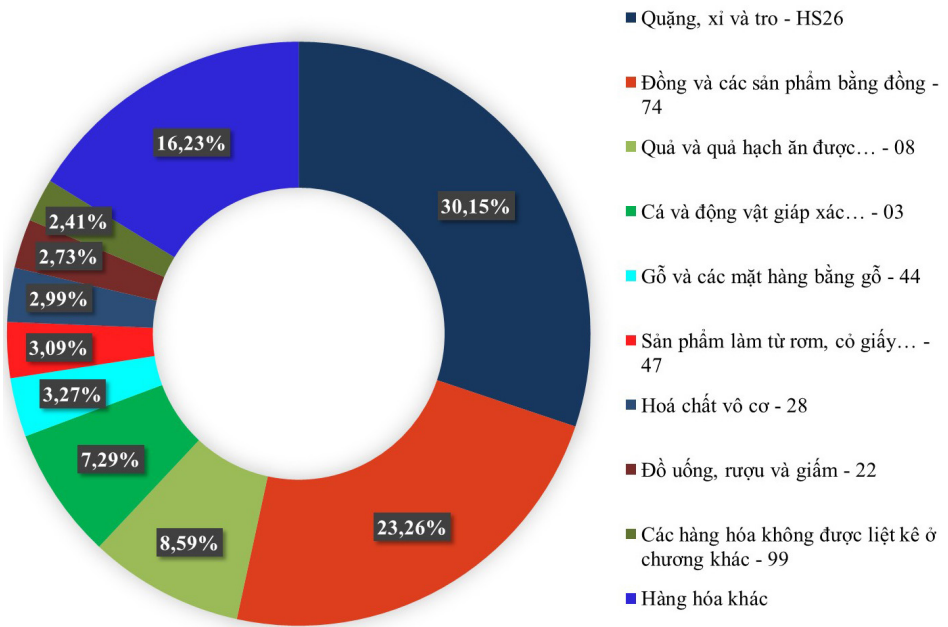
(Nguồn: WTO)

ĐVT: Triệu USD



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

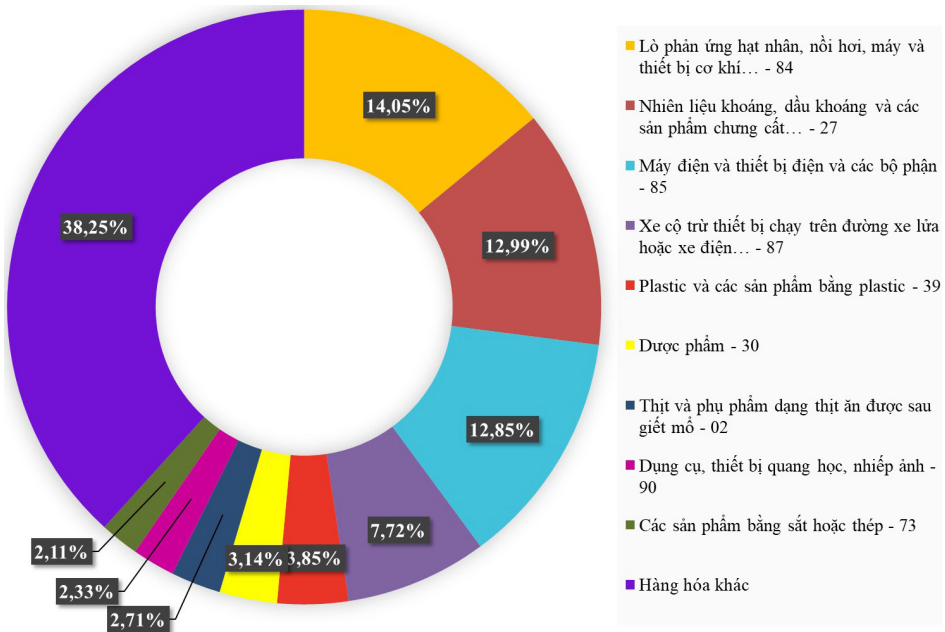
Những mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Chile năm 2020



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

1. Quặng, xỉ và tro (chiếm 30,15% tổng lượng xuất khẩu)
2. Đồng và các sản phẩm bằng đồng (chiếm 23,26% tổng lượng xuất khẩu)
3. Quả và quả hạch ăn được... (chiếm 8,59% tổng lượng xuất khẩu)
4. Cá và động vật giáp xác... (chiếm 7,29% tổng lượng xuất khẩu)
5. Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ (chiếm 3,27% tổng lượng xuất khẩu)

Những mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của Chile năm 2020



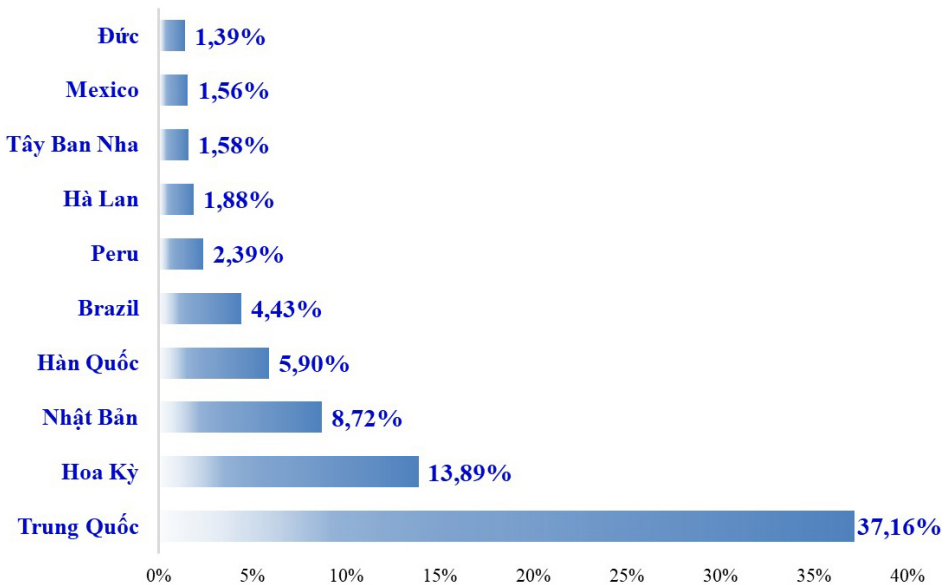
Về nhập khẩu, 05 mặt hàng mà Chile nhập vào nhiều nhất gồm có:

1. Lò phản ứng hạt nhân, nồi hơi, máy và thiết bị cơ khí... (chiếm 14,05% tổng lượng xuất khẩu)
2. Nhiên liệu khoáng, dầu khoáng và các sản phẩm chung cất từ chúng... (chiếm 12,99% tổng lượng xuất khẩu)
3. Máy điện và thiết bị điện và các bộ phận (chiếm 12,85% tổng lượng xuất khẩu)
4. Xe cộ trừ thiết bị chạy trên đường xe lửa hoặc xe điện... (chiếm 7,72% tổng lượng xuất khẩu)
5. Plastic và các sản phẩm bằng plastic (chiếm 3,85% tổng lượng xuất khẩu)

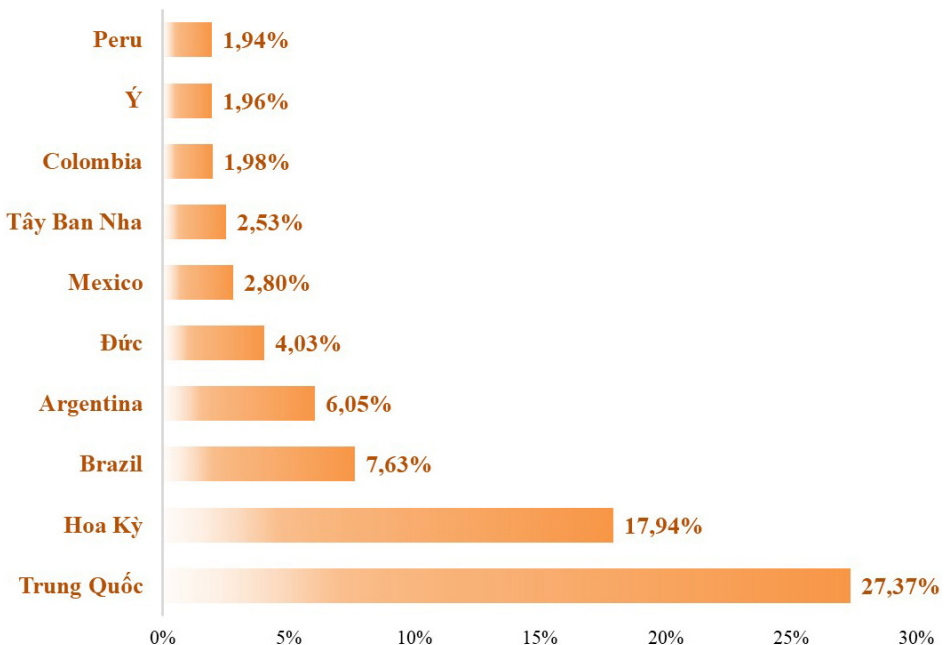
Dữ liệu mới nhất theo từng quốc gia và khu vực cụ thể cho thấy 78,9% sản phẩm xuất khẩu từ Chile được đưa vào: Trung Quốc (37,16% tổng sản phẩm toàn cầu), Hoa Kỳ (13,89%), Nhật Bản (8,72%), Hàn Quốc (5,90%), Brazil (4,43%), Peru (2,39%), Hà Lan (1,88%), Tây Ban Nha (1,58%), Mexico (1,56%) và Đức (1,39%).

Ở chiều ngược lại, số liệu theo từng quốc gia cho thấy 72,59% sản phẩm nhập khẩu vào Chile có xuất xứ từ các nước: Trung Quốc (27,37% tổng sản phẩm toàn cầu), Hoa Kỳ (17,94%), Brazil (7,63%), Argentina (6,05%), Đức (4,03%), Mexico (2,80%), Tây Ban Nha (2,53%), Colombia (1,98%), Ý (1,96%) và Peru (1,94%).

Các thị trường xuất khẩu chính của Chile năm 2020



Các thị trường nhập khẩu chính của Chile năm 2020



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

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Việt Nam cách đất nước khu vực Nam Mỹ - Chile nửa bán cầu. Thế nhưng, khoảng cách địa lý xa xôi ấy không làm cản trở sự phát triển mối quan hệ giữa hai nước.

Với nền móng từ chuyến thăm của Chủ tịch Thượng Nghị viện Chile Salvador Paredet tới Việt Nam năm 1969 và đặc



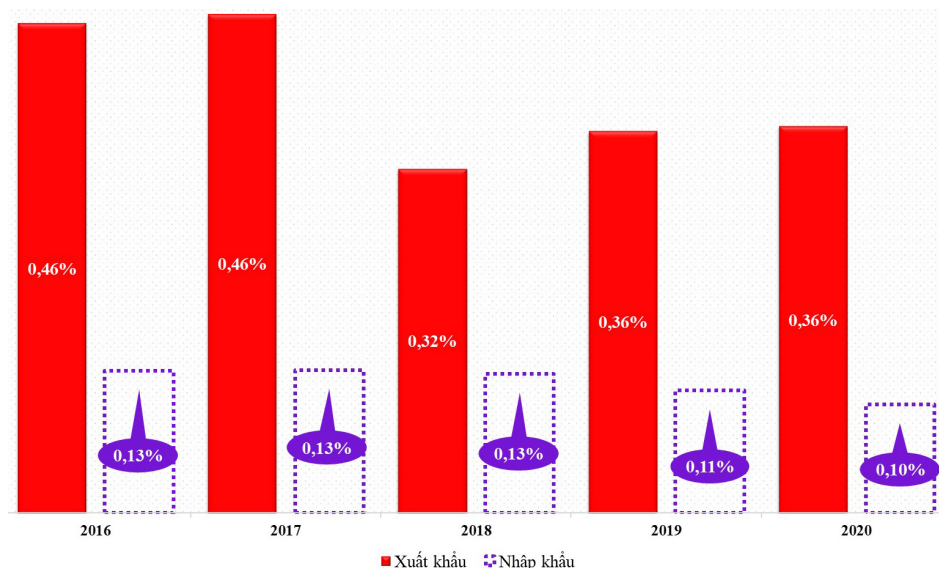
biệt là việc hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 25/3/1971, Chile trở thành quốc gia Nam Mỹ đầu tiên có mối quan hệ ngoại giao với Việt Nam, quan hệ hai nước đã ngày càng phát triển tốt đẹp và từng bước nâng lên tầm cao mới.

Kể từ khi Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Chile có hiệu lực năm 2014, quan hệ thương mại song phương đã tăng 300% với tổng kim ngạch thương mại hai chiều đạt 1,2 tỷ USD năm 2020.

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

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



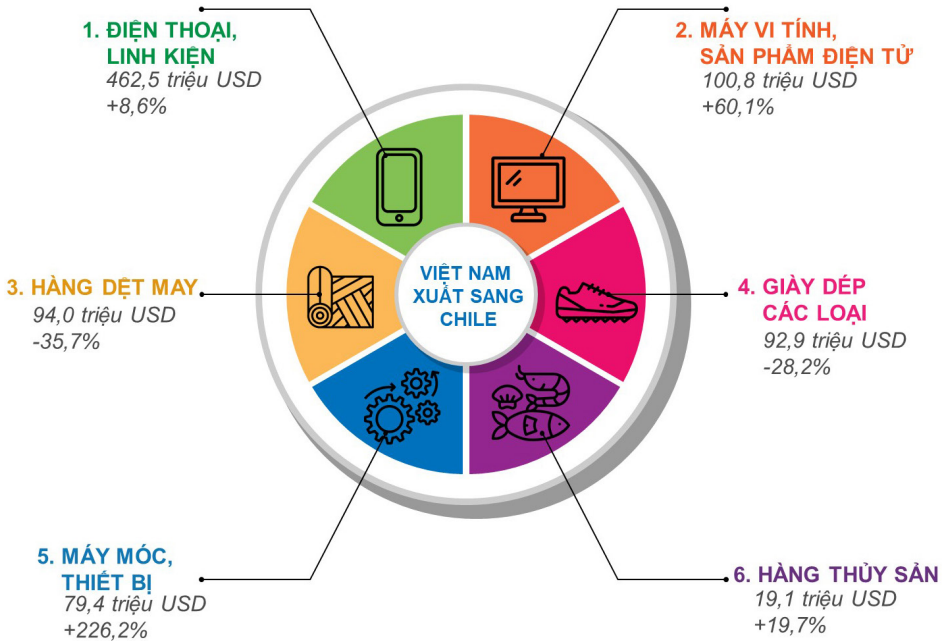
Theo thống kê trên trademap.org (Trung tâm thương mại quốc tế ITC), Việt Nam là đối tác cung cấp sản phẩm đứng thứ 17 vào thị trường Chile và là đối tác đứng thứ 27 nhập khẩu hàng hóa từ Chile.

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 Chile đạt 1,28 tỷ USD, tăng 4,4% so với năm 2019. Trong đó, xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam sang thị trường Chile đạt 1,02 tỷ USD, tăng 8,3% so với năm 2019, chiếm vón vẹn 0,36% tổng giá trị xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới. Ở chiều ngược lại, nhập khẩu hàng hóa từ Chile đạt 266 triệu USD, giảm 8,1% so với cùng kì, chiếm 0,1% 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 thặng dư hơn 470 triệu USD do tình trạng xuất siêu liên tục sang Chile. Mức thặng dư hàng hóa biến động qua từng năm và đạt giá trị lớn nhất vào năm 2020 (753 triệu USD). Kim ngạch xuất khẩu từ nước ta sang nước bạn đạt mức thấp nhất vào năm 2018 (782 triệu USD), trong khi kim ngạch nhập khẩu có xu hướng giữ nguyên trong giai đoạn 2016 - 2020.

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

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



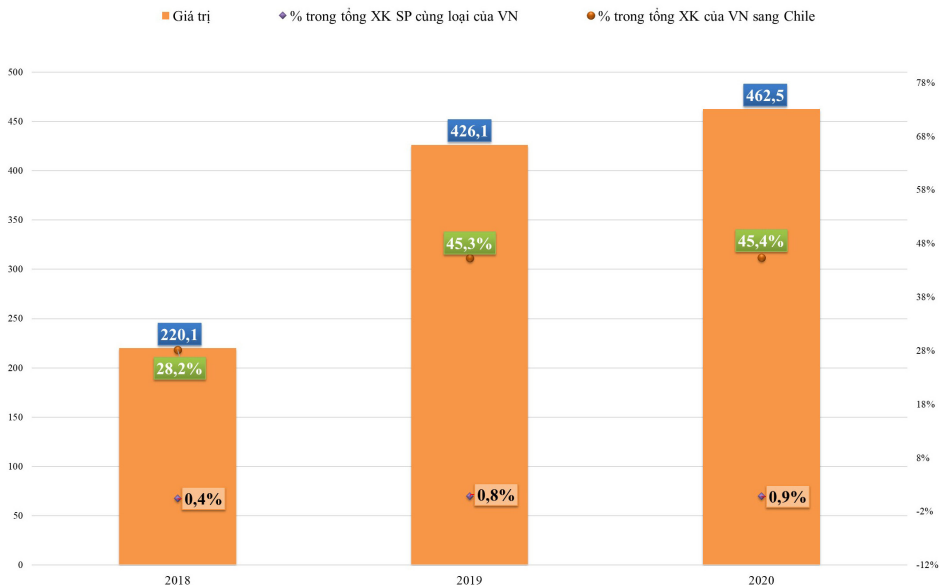
Đứng đầu trong số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Chile trong giai đoạn 2016 - 2020 là mặt hàng điện thoại các loại và linh kiện. Theo thống kê chính thức của Tổng cục Hải quan, năm 2020, xuất khẩu mặt hàng này sang Chile đạt 462,5 triệu USD, tăng 8,6% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 45,4% tổng xuất khẩu sang thị trường này. Thị trường Chile chiếm chỉ 0,9% 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 Chile đặc biệt tăng mạnh với trị giá lần lượt là 426,1 triệu USD (2019) và 462,5 triệu USD (2020). Nhìn chung, đây là mặt hàng quan trọng của nước ta sang Chile.

Tiếp theo là mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện đạt 100,8 triệu USD vào năm 2020, tăng mạnh 60,1% so với năm 2019, chiếm 9,9% 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.

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

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

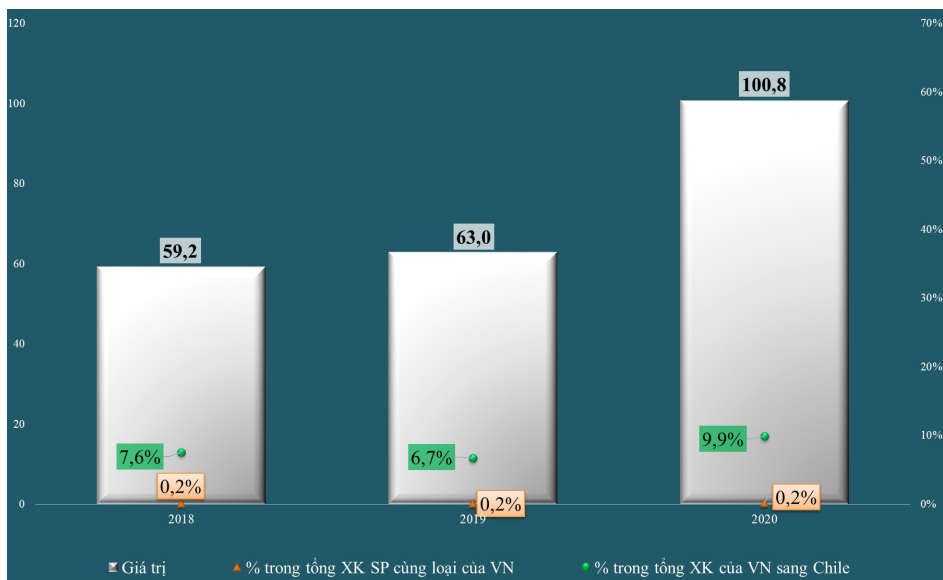
ĐVT: Triệu USD



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

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

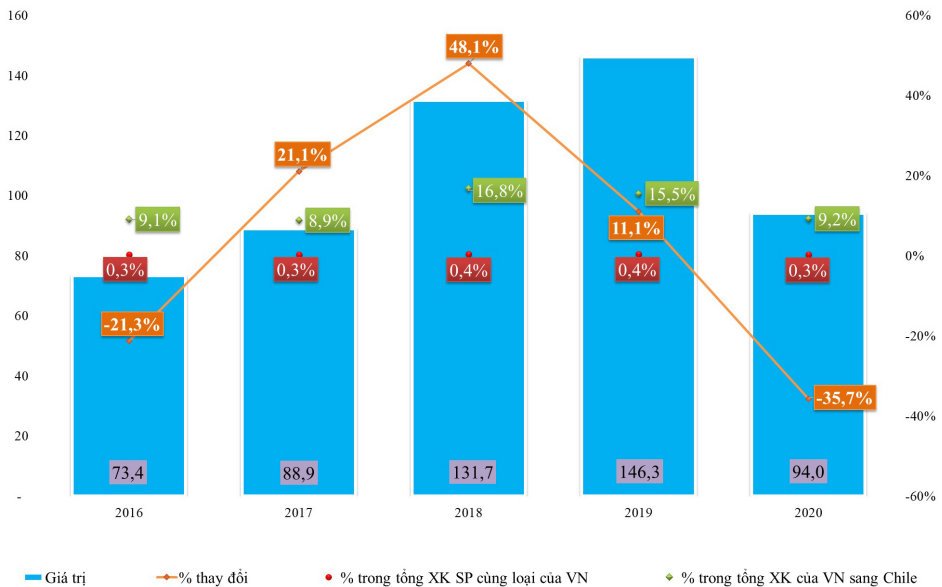


Vị trí thứ 3 trong số những sản phẩm Việt Nam xuất khẩu nhiều nhất sang Chile năm 2020 là hàng dệt may, đạt 94 triệu USD, giảm 35,7% so với cùng kỳ, chiếm 9,2% tổng xuất khẩu của Việt Nam sang nước này, chiếm chỉ 0,3% xuất khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam với tất cả các đối tác thương mại. Trong cả giai đoạn 2016-2020, mặt hàng này tăng mạnh nhất vào năm 2018 (48,1%), đạt giá trị cao nhất vào năm 2019 (146,3 triệu USD) và sau đó giảm xuống vào năm 2020.

Kim ngạch xuất khẩu Hàng dệt may của Việt Nam sang Chile

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



Trong năm 2020, đa số các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Chile đều ghi nhận sự tăng lên về kim ngạch so với năm 2019. Trong đó, ngoài mặt hàng máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện, hai mặt sau có lượng kim ngạch tăng rất mạnh: 1. Máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng (226,2%) và 2. Sản phẩm nội thất từ chất liệu khác gỗ (54,2%). Ngược lại, xuất khẩu cà phê ghi nhận mức giảm mạnh nhất với 70,1% lượng kim ngạch.

Ý KIẾN NHẬN ĐỊNH CỦA HIỆP HỘI CHẾ BIẾN VÀ XUẤT KHẨU THỦY SẢN (VASEP) VỀ THỊ TRƯỜNG CHILE

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) nhận định rằng, Chile là một thị trường XK của các DN tôm Việt Nam. Năm 2018, XK tôm sang thị trường này mới chỉ đạt 667,7 nghìn USD, chiếm 0,02% tổng XK tôm Việt Nam đi các thị trường. Tuy nhiên, đứng trước các hiệp định FTA với Chile đã có hiệu lực, tôm Việt Nam có nhiều cơ hội rộng mở tại thị trường này trong thời gian tới.



Sản phẩm xoài đã được nhập khẩu vào Chile

Sau khi Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Chile (VCFTA) có hiệu lực, Chile cam kết xóa bỏ thuế cho 99,62% kim ngạch XK của Việt Nam sang Chile trong 10 năm. Theo đó, thủy sản, trong đó có tôm, là một trong số những mặt hàng được hưởng mức thuế 0% từ 6% trước đó ngay khi hiệp định có hiệu lực.

Lý giải nguyên nhân doanh nghiệp Việt Nam khó xâm nhập thị trường Chile dù VCFTA đã có hiệu lực, VASEP cho biết do số lượng DN chủ động đi mở thị trường chưa nhiều, và nếu có thì vẫn ưu tiên ở những thị trường có sức tiêu thụ lớn như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, còn thị trường mới như Chile chưa nằm trong kế hoạch của DN.

Trong khi đó, DN thủy sản Việt Nam chưa biết nhiều về quốc gia Nam Mỹ này bởi rào cản ngôn ngữ. Được biết, các hiệp hội thủy sản, doanh nghiệp, các website của phía Chile chỉ có tiếng Chile, không có tiếng Anh.

Khoảng cách địa lý khá xa, khiến chi phí vận chuyển cao, làm giảm sức cạnh tranh của DN về giá cả và thời gian giao hàng cho nhà NK cũng là nguyên nhân khiến kim ngạch XK tôm của Việt Nam sang Chile chưa thể bứt phá.

Ngoài VCFTA, Việt Nam còn tham gia một Hiệp định nữa với Chile đó là CPTPP. Theo cam kết của Chile trong CPTPP, các sản phẩm thủy sản trong đó có tôm NK vào Chile đều được giảm từ 6% về 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực.

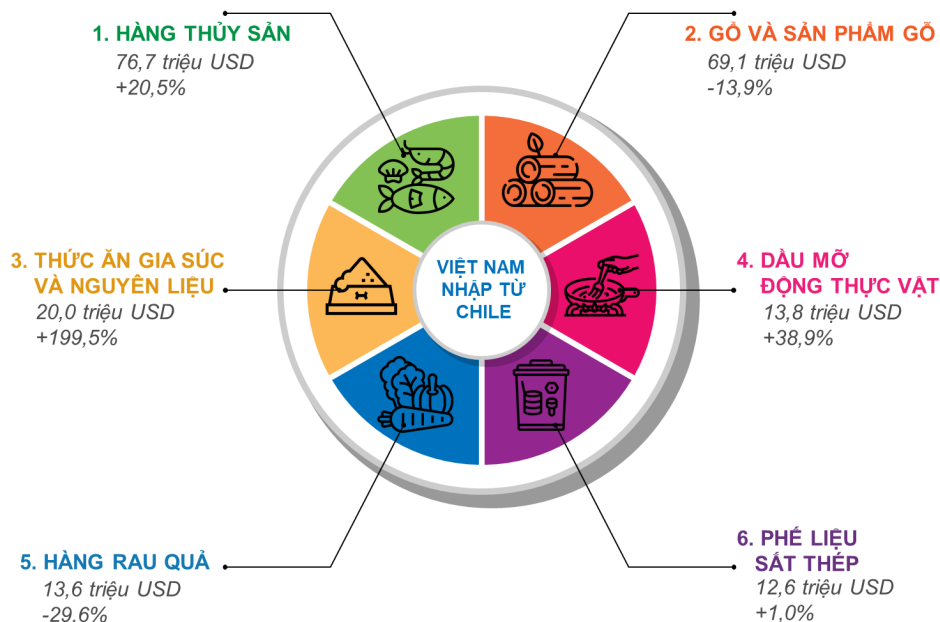
Theo VASEP, một thuận lợi nữa là Phòng Thương mại Việt Nam – Chile được thành lập từ giữa năm 2018 cũng tạo ra kênh hợp tác mới, tạo cơ hội gắn bó hơn cho cộng đồng DN hai nước và thúc đẩy giao thương.

Hiệp định CPTPP và VCFTA sẽ là những công cụ hỗ trợ đắc lực cho các DN XK tôm Việt Nam sang Chile. Song, DN thủy sản Việt Nam cần lưu ý các điều kiện như các chứng từ cần thiết để xin phép NK hàng hoá vào Chile, giấy chứng nhận kiểm định sản phẩm do các phòng thí nghiệm hay các phòng kiểm định chất lượng cấp, giấy phép đăng ký sản phẩm tùy theo chủng loại và đáp ứng quy chuẩn an toàn để đẩy mạnh XK vào thị trường này.

Nguồn: Doanh nghiệp Việt Nam

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

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

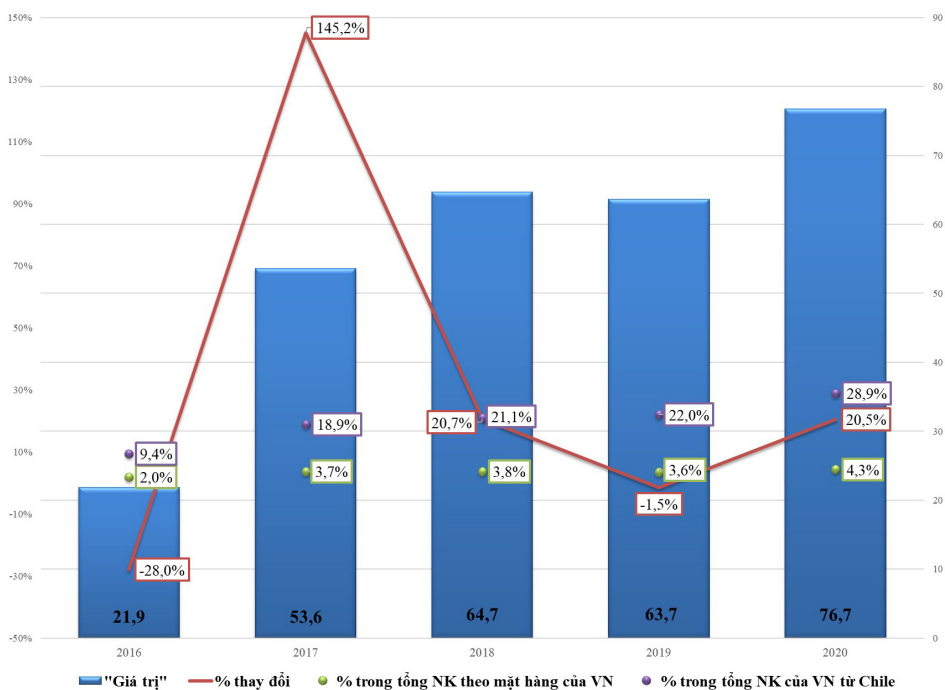


Năm 2020, đứng ở vị trí thứ nhất về kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam từ Chile là mặt hàng thủy sản, đạt 76,7 triệu USD, tăng 20,5% so với cùng kỳ của năm trước, chiếm 28,9% tổng nhập khẩu từ nước này, chiếm 4,3% giá trị nhập khẩu mặt hàng cùng loại của Việt Nam từ tất cả các nước. Sau khi tăng vọt 145,2% vào năm 2017, kim ngạch hàng thủy sản từ Chile luôn ở trên mức 53 triệu USD vào những năm kế tiếp. Nhìn chung, nhập khẩu của mặt hàng này có xu hướng tăng dần theo thời gian.

Kim ngạch nhập khẩu Hàng thủy sản của Việt Nam từ Chile

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD

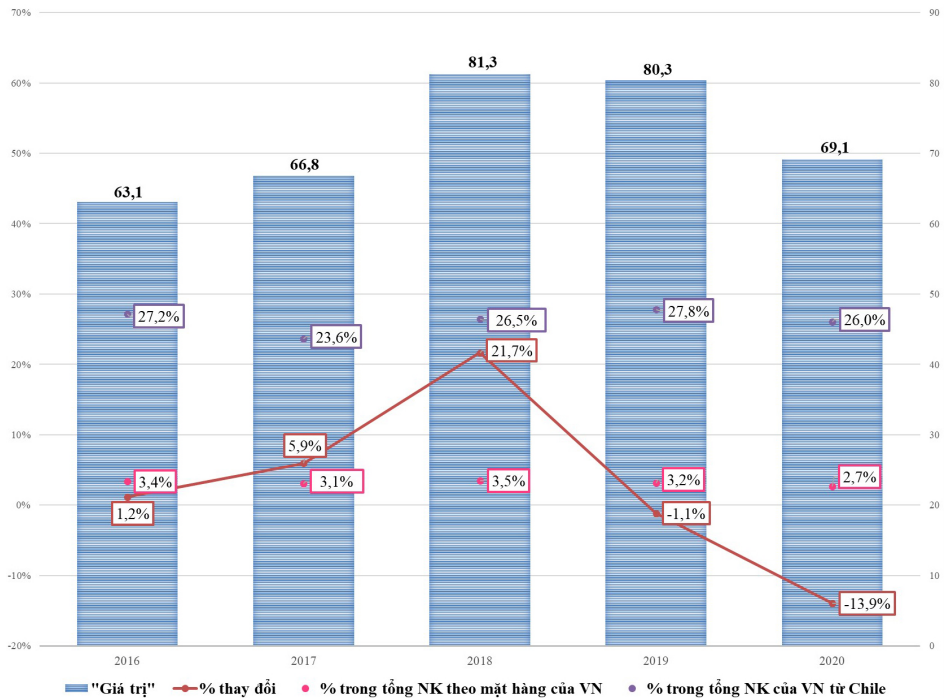


Tiếp theo là mặt hàng gỗ và sản phẩm gỗ có kim ngạch đạt 69,1 triệu USD vào năm 2020. Tỷ lệ tăng là -13,9% so với năm 2019, chiếm 26% tổng nhập khẩu từ Chile, chiếm 2,7% tổng giá trị nhập khẩu các mặt hàng cùng loại từ thế giới. Năm 2018, mặt hàng này có tỷ lệ tăng mạnh nhất (21,7%), đồng thời đạt kim ngạch lớn nhất với trị giá 81,3 triệu USD, sau đó giảm dần vào những năm tiếp theo.

Kim ngạch nhập khẩu Gỗ và sản phẩm gỗ của Việt Nam từ Chile

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



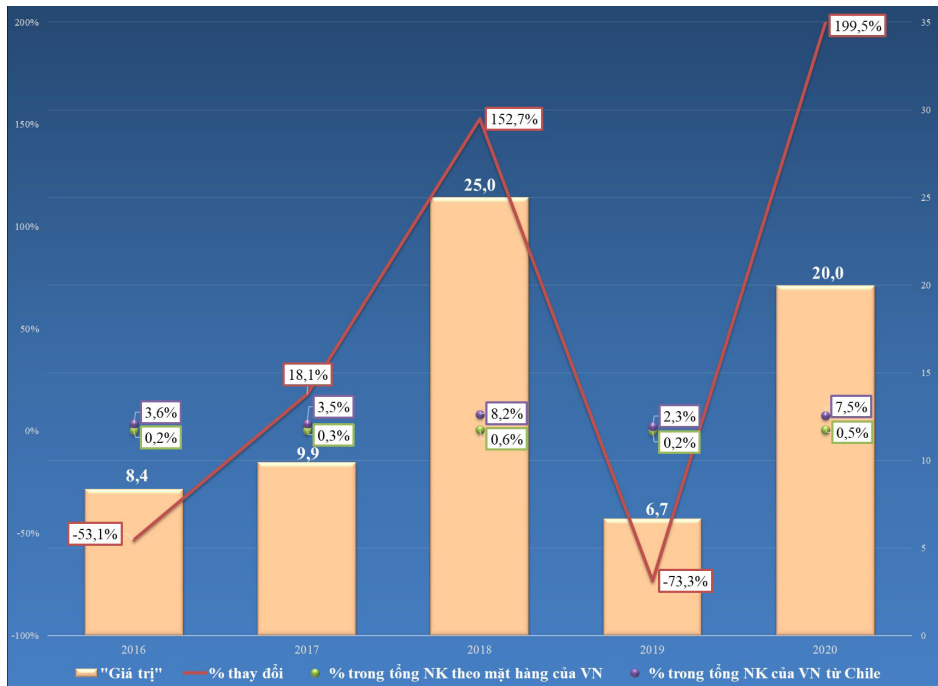
Mặt hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu đứng vị trí thứ 3, đạt 20 triệu USD năm 2020, tăng gần gấp đôi so với cùng kỳ năm trước, chiếm 7,5% giá trị nhập khẩu của Việt Nam từ nước này, tương đương 0,5% giá trị nhập khẩu so với mặt hàng cùng loại từ các đối tác thương mại khác. Giống với năm 2020, năm 2018 chứng kiến sự tăng mạnh đột biến của sản phẩm thức ăn gia súc và nguyên liệu từ Chile với tỷ lệ 152,7%. Ngoài ra, năm 2018 cũng là năm đạt giá trị kim ngạch lớn nhất với 25 triệu USD. Có thể nói đây là mặt hàng biến động mạnh qua từng năm.

Một số sản phẩm tiêu dùng truyền thống có chất lượng cao của Chile như rượu vang, hoa quả tươi, cá hồi đã dần trở nên quen thuộc và giành được sự đánh giá cao của người tiêu dùng Việt Nam.

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

(Nguồn: Tổng Cục Hải quan)

ĐVT: Triệu USD



CHILE THÔNG BÁO MỞ CỬA THỊ TRƯỜNG CHO QUẢ BƯỞI TƯƠI VIỆT NAM

Trước buổi tươi, Chile đã mở cửa cho thanh long Việt Nam và cũng yêu cầu lô hàng phải được xử lý chiếu xạ, cũng như phải được cấp chứng thư xuất khẩu.

Ông Ngô Xuân Nam, Phó giám đốc Văn phòng SPS Việt Nam (thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), cho biết vừa nhận được thông báo của Chile về việc thiết lập các yêu cầu kiểm dịch thực vật nhập khẩu đối với quả bưởi tươi (*Citrus maxima*) từ Việt Nam có hiệu lực từ ngày 14-10.

Theo đó, lô hàng xuất khẩu sang Chile phải có chứng nhận kiểm dịch thực vật do cơ quan kiểm dịch thực vật có thẩm quyền của Việt Nam cấp. Trong đó, phải ghi rõ lô hàng không có động vật chân khớp, là các loài có tên khoa học sau: *Eutetranychus orientalis*, *Ferrisia virgata*, *Maconellicoccus hirsutus*, *Prays citri*, *P. endocarpa*, *Citripestis sagittiferella*.



Ngoài ra, lô hàng phải được xử lý chiếu xạ 150 Gy để kiểm soát các loại ruồi đục trái như *Bactrocera cucurbitae*, *Bactrocera dorsalis*, được xác nhận trong giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật.

Ngày 14-10, Văn phòng SPS Việt Nam đã có văn bản gửi đến Cục Bảo vệ thực vật, Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông sản và Hiệp hội Rau quả Việt Nam đề nghị nghiên cứu thông báo nêu trên để có giải pháp thích ứng, cũng như thông báo cho các cơ quan, doanh nghiệp có liên quan biết để thực hiện.

Trao đổi với phóng viên, đại diện Phòng Hợp tác quốc tế - Cục Bảo vệ thực vật cho biết đây là thông báo “mở cửa thị trường” của Chile đối với bưởi tươi Việt Nam. Trước đó, Chile đã mở cửa cho thanh long Việt Nam và cũng yêu cầu lô hàng phải được xử lý chiếu xạ và phải được cấp chứng thư xuất khẩu.

Văn phòng SPS Việt Nam là đầu mối thực hiện các nghĩa vụ minh bạch hóa theo yêu cầu của Hiệp định về áp dụng các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch động thực vật (Hiệp định SPS) của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Văn phòng SPS thực hiện chức năng là kênh thông tin chính thức giữa Việt Nam và các thành viên WTO về các vấn đề SPS.

Hiện tại, Việt Nam đang tích cực đàm phán để bưởi tươi được xuất khẩu sang Mỹ, đây là thị trường rất lớn cho bưởi tươi Việt Nam.

Nguồn: Báo Người Lao Động

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI VIỆT NAM - CHILE TẠO ĐÀ TĂNG TRƯỞNG THƯƠNG MẠI

Nhằm tiến hành rà soát tình hình thực thi Hiệp định Thương mại tự do (FTA) Việt Nam - Chile trong giai đoạn 2018-2021 và cập nhật tình hình trao đổi thương mại giữa hai nước, sáng 6/5 phiên họp lần IV Hội đồng Thương mại tự do Việt Nam - Chile đã được tổ chức dưới hình thức trực tuyến tại hai đầu cầu Hà Nội và Santiago.

Phiên họp do Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải và Thứ trưởng phụ trách Thương mại, Bộ Ngoại giao Chile Rodrigo Yanez đồng chủ trì.

Thành phần tham dự về phía Việt Nam có Đại sứ Việt Nam được bổ nhiệm tại Cộng hòa Chile Phạm Trường Giang, đại diện Văn phòng Chính phủ, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính, Bộ Ngoại giao, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Khoa học và Công nghệ.

Theo Vụ Thị trường châu Âu-châu Mỹ (Bộ Công Thương), quan hệ Việt Nam - Chile đang trên đà phát triển và đạt những kết quả tích cực.

Năm 2020, mặc dù khó khăn do dịch COVID-19, kim ngạch trao đổi thương mại song phương giữa hai nước đã đạt được kết quả khả quan, đánh dấu lần đầu tiên xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường này đạt trên 1 tỷ USD.

Cụ thể, tổng kim ngạch giữa hai nước đạt 1,28 tỷ USD, tăng 4,43% so với năm 2019 và gấp 2,5 lần so với kim ngạch năm 2013 - thời điểm trước khi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile đi vào hiệu lực.

Hiện nay, Chile là một trong bốn đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam tại khu vực Mỹ Latinh và Việt Nam là đối tác thương mại lớn nhất của Chile tại ASEAN.

Thống kê cho thấy, chỉ riêng 4 tháng đầu năm 2021, kim ngạch thương mại giữa hai nước tiếp tục duy trì đà tăng trưởng tốt, đạt 401,1 triệu USD, tăng 15,3% so với cùng kỳ năm 2020; trong đó, xuất khẩu của Việt Nam sang Chile đạt 321,3 triệu USD, tăng 11,8%, nhập khẩu của Việt Nam từ Chile đạt 79,8 triệu USD, tăng 31,6%.

Hai bên ghi nhận nỗ lực trong việc triển khai thực thi Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile với những con số tăng trưởng ấn tượng thể hiện tác động to lớn mà Hiệp định đã mang lại cho quan hệ thương mại song phương.

Mặc dù chỉ bao gồm các cam kết về hàng hóa, không bao gồm các cam kết về dịch vụ, đầu tư nhưng Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile đã tạo nên cú hích cho quan hệ kinh tế, thương mại giữa hai nước.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp đang tận dụng rất hiệu quả ưu đãi của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile và hiện Chile đang là một trong những thị trường đứng đầu về tỷ lệ tận dụng ưu đãi với tỷ lệ sử dụng C/O mẫu VC lên tới 65,5%.

Đối với Tiểu ban Thương mại hàng hoá, hai bên đã trao đổi các nội dung kỹ thuật về biểu thuế, xuất xứ hàng hóa, xem xét việc triển khai áp dụng chứng nhận xuất xứ điện tử

để đơn giản hoá quy trình, thủ tục, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hai bên trong hoạt động xuất nhập khẩu. Điều này nhằm tận dụng hiệu quả các ưu đãi của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile.

Ngoài ra, với Tiểu ban Vệ sinh và kiểm dịch thực vật, hai bên trao đổi thông tin về quy trình, thủ tục nhập khẩu một số mặt hàng nông sản.

Việt Nam thông báo đã bắt đầu tiến hành quy trình đánh giá nguy cơ dịch hại đối với quả kiwi của Chile và phía Chile cho biết quy trình đánh giá nguy cơ dịch hại đối với quả chôm chôm sẽ bắt đầu được tiến hành vào tháng 7 năm 2021.

Trong bối cảnh dịch COVID-19 đã và đang để lại những tác động nặng nề tới nền kinh tế toàn cầu, phiên họp lần IV Hội đồng Thương mại tự do Việt Nam - Chile là thời điểm thích hợp để hai bên cùng rà soát những kết quả đã đạt được và thống nhất những nội dung hợp tác.

Qua đây, hai bên cũng hướng tới việc nâng cao hiệu quả, đẩy mạnh tuyên truyền thông tin cũng như đề xuất các giải pháp để giúp doanh nghiệp hai nước tận dụng hiệu quả cơ hội từ Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Chile cũng như Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) khi được Chile phê chuẩn trong thời gian tới, qua đó góp phần thúc đẩy hơn nữa hợp tác giữa hai nước, đặc biệt trong lĩnh vực kinh tế, thương mại và đầu tư.

Nguồn: Vietnam Plus

ĐÔI ĐIỀU CẦN BIẾT VỀ HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO VIỆT NAM - CHILE (VCFTA)

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Chile được ký kết vào ngày 11/11/2011 tại Hawaii (Mỹ). Hiệp định chính thức có hiệu lực kể từ ngày 1/1/2014.

1. Cam kết cắt giảm thuế quan của Việt Nam

Việt Nam cách đất nước khu vực Nam Mỹ - Chile nửa bán cầu. Thế nhưng, khoảng cách địa lý xa xôi ấy không làm cản trở sự phát triển mối quan hệ giữa hai nước.

Với nền móng từ chuyến thăm của Chủ tịch Thượng Nghị viện Chile Salvador Paredet tới Việt Nam năm 1969 và đặc biệt là việc hai nước thiết lập quan hệ ngoại giao ngày 25/3/1971, Chile trở thành quốc gia Nam Mỹ đầu tiên có mối quan hệ ngoại giao với Việt Nam, quan hệ hai nước đã ngày càng phát triển tốt đẹp và từng bước nâng lên tầm cao mới.

Từ chuyến thăm lịch sử...



Quan hệ Đối tác toàn diện VIỆT NAM-CHILE

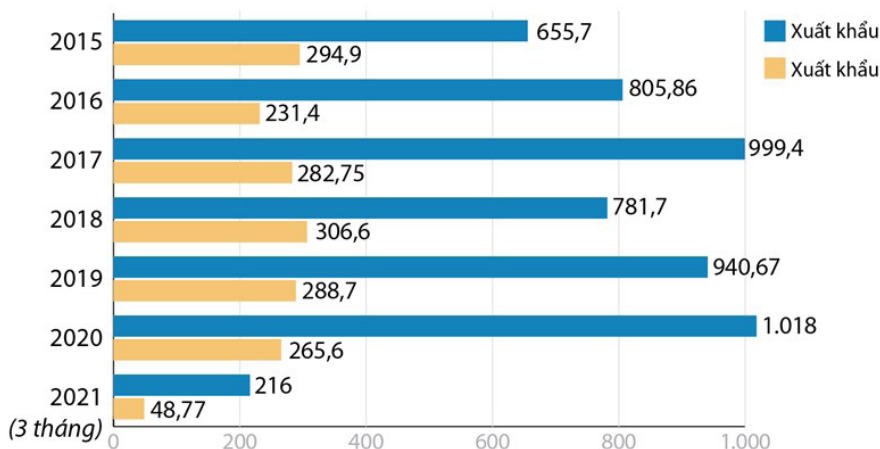


Thiết lập quan hệ ngoại giao: 25/3/1971
Thiết lập quan hệ Đối tác toàn diện: 5/2007

HIỆP ĐỊNH ĐÃ KÝ KẾT



KIM NGẠCH THƯƠNG MẠI SONG PHƯƠNG VIỆT NAM- CHILE (triệu USD)



VIỆT NAM
XUẤT KHẨU



Thủy sản



Cà phê



Gạo



Túi xách, ví, vali,
mũ, ô, dù



Gỗ và
sản phẩm gỗ



VIỆT NAM
NHẬP KHẨU



Hàng
rau quả



Dầu mỡ
động thực vật



Thức ăn gia súc
và nguyên liệu



Phế liệu
sắt thép



Kim loại
thường khác

Trong thời điểm cuộc kháng chiến chống Mỹ, cứu nước của nhân dân Việt Nam đang diễn ra ác liệt, tháng 5/1969, một đoàn đại biểu Chile đã tới thăm Việt Nam với tư cách là đoàn đại biểu nhân dân, thể hiện tinh đoàn kết của nhân dân Chile với nhân dân Việt Nam, đồng thời tìm hiểu thực tế, nghiên cứu tại chỗ những kinh nghiệm chiến đấu của nhân dân Việt Nam. Đoàn gồm hai người: Bác sĩ Salvador Allende, Chủ tịch Thượng nghị viện Chile, một trong những người sáng lập Đảng Xã hội Chile (1993) và Edoardo Paredet, một thanh niên mới tốt nghiệp bác sĩ y khoa tại Paris (Pháp), Ủy viên Trung ương Đảng Xã hội Chile.



Trong thời gian hai tuần ở thăm Việt Nam, Chủ tịch Thượng nghị viện Salvador Allende đã đi nhiều nơi, chú ý tìm hiểu thực tế chiến đấu và những kinh nghiệm Việt Nam, đặc biệt là việc xây dựng một mặt trận đoàn kết dân tộc và mạng lưới y tế để cấp cứu và điều trị những nạn nhân chiến tranh.

Một trong những nguyện vọng thiết tha của ông Salvador Allende trong chuyến thăm Việt Nam là được gặp Chủ tịch Hồ Chí Minh và nguyện vọng ấy đã thành hiện thực. Đúng 8 giờ ngày 23/5/1969, tại căn phòng nhỏ trong khu Phủ Chủ tịch, Chủ tịch Hồ Chí Minh và Thủ tướng Phạm Văn Đồng đã tiếp đoàn. Sau khi thăm hỏi sức khỏe của các khách quý và thay mặt nhân dân Việt Nam cảm ơn tinh đoàn kết và sự ủng hộ của nhân dân Chile đối với cuộc kháng chiến chống Mỹ cứu nước của nhân dân Việt Nam,

Chủ tịch Hồ Chí Minh mở phong bì lấy ra tám ảnh chụp chung với các dũng sĩ diệt Mỹ nhỏ tuổi của miền Nam. Bác giới thiệu tên, tuổi và chiến công của từng người.

Tiếp đó, Người mở cuốn sổ tay và đọc những số liệu các cháu thiếu nhi đạt danh hiệu “Cháu ngoan Bác Hồ” mỗi năm một tăng. Cuộc tiếp khách trong khoảng 45 phút. Trước khi chia tay, Chủ tịch Hồ Chí Minh tặng mỗi vị khách một tấm ảnh của Người (9cmx12cm) phía dưới có ghi: “Chào thân ái và quyết thắng” với chữ ký Hồ Chí Minh. Bác sĩ Allende tặng Chủ tịch Hồ Chí Minh chiếc đĩa và tặng Thủ tướng chiếc gạt tàn thuốc lá bằng đồng. Sau này, khi là Tổng thống nước Cộng hòa Chile, tấm ảnh kỷ niệm đó là vật duy nhất được đặt trên bàn làm việc của bác sĩ Allende tại dinh Tổng thống Mòneda.

Ngay sau khi gặp Chủ tịch Hồ Chí Minh, đêm đó, bác sĩ Allende đã viết bài nói lên những cảm tưởng, suy nghĩ của mình sau những ngày tham quan Việt Nam, trong bài có đoạn: “Chủ tịch Hồ Chí Minh là lịch sử, là người con đồng thời là người cha của cách mạng. Cuộc đời gương mẫu và nếp sống giản dị của Người đã khắc sâu trong tâm trí chúng tôi. Quyết tâm của Người được thể hiện qua những câu nói ngắn gọn, giản dị và trong sáng, chứa đựng lòng dũng cảm và ý chí quật cường của các thế hệ người Việt Nam trong sự nghiệp bảo vệ Tổ quốc cũng như trong công cuộc xây dựng chủ nghĩa xã hội”.

Chuyến thăm trải nghiệm hai tuần ở Việt Nam và cuộc gặp gỡ lịch sử với Chủ tịch Hồ Chí Minh là kỷ niệm vô cùng sâu sắc trong cuộc đời, sự nghiệp của Salvador Allende. Sau này, khi Allende giữ cương vị là Tổng thống, một trong những quyết định đầu tiên của Chính phủ Chile là thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam Dân chủ Cộng hòa và chấp nhận để Chính phủ Cách mạng lâm thời miền Nam Việt Nam đặt cơ quan đại diện tại Chile. Chile đã trở thành quốc gia đầu tiên của lục địa Nam Mỹ thiết lập quan hệ ngoại giao với Việt Nam. Sự kiện này đã mở ra một trang mới trong lịch sử quan hệ của Nhà nước Việt Nam với Chile.

...Tới quan hệ đối tác toàn diện, tin cậy lẫn nhau

Trải qua năm tháng, dù khoảng cách địa lý xa xôi nhưng quan hệ ngoại giao Việt Nam - Chile vẫn ngày càng phát triển tốt đẹp. Hai nước trao đổi nhiều chuyến thăm các cấp, thiết lập quan hệ đối tác toàn diện vào tháng 5/2007. Hai nước ký kết nhiều hiệp định song phương trên các lĩnh vực hợp tác; điểm nhấn là Hiệp định Thương mại tự do (FTA) Việt Nam - Chile có hiệu lực ngày 1/1/2014.

Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 87,8% số dòng thuế (chiếm 91,22% kim ngạch nhập khẩu từ Chile năm 2007). Trong vòng 15 năm, dự kiến lộ trình cuối cùng vào 2029, số dòng thuế không cam kết của Việt Nam hoặc chỉ cam kết cắt giảm một phần chiếm 12,2%, tập trung vào một số lĩnh vực nhạy cảm như nông nghiệp, xăng dầu...

Đến năm 2023, Việt Nam cam kết xóa bỏ thêm 1163 dòng thuế so với thời điểm ban đầu, nâng tổng số dòng thuế có thuế suất 0% lên 3860 dòng, tương đương 42,42% toàn biển. Tốc độ cam kết xóa bỏ thuế quan trong Hiệp định VCFTA sẽ được đẩy mạnh

trong 5 năm cuối của Hiệp định đạt mức cam kết tối đa 87,8% vào năm 2028. Nhóm hàng Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan là hóa chất, gỗ, nguyên liệu dệt may, máy móc, thịt gà, cam, quýt, rượu vang, thủy sản, bia, thép xây dựng...

Để thực hiện cam kết cắt giảm thuế quan trong Hiệp định VCFTA, Bộ Tài chính đã ban hành Thông tư số 162/2013/TT-BTC ngày 15/11/2013 ban hành biểu thuế nhập khẩu ưu đãi đặc biệt của Việt Nam giai đoạn 2014-2016. Việt Nam cam kết xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực là 2697 dòng, tương đương 29,64% biểu thuế.

2. Cam kết cắt giảm thuế của Chile

Chile có mức độ mở cửa lớn hơn đối với hàng hóa của Việt Nam. Theo đó, 83,54% tổng số dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay khi Hiệp định có hiệu lực, chiếm 81,8% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Chile năm 2007. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sẽ được cắt giảm thuế ngay và nhanh từ mức 6% hiện tại là dệt may, thủy sản, cà phê, chè, máy tính và linh kiện.

Đến 2029, Chile sẽ xóa bỏ hầu hết các dòng hàng từ Việt Nam, chiếm 99,62% biểu thuế và tương đương với 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Chile năm 2007.

CÁC ĐỊA CHỈ LIÊN HỆ CẦN THIẾT

➤ **Đại sứ quán Việt Nam tại Chile**

Địa chỉ: Avenida Eliodoro Yáñez 2897, Providencia, Santiago de Chile

Điện thoại: +56-2-3781370

Fax: +56-2-3781378

Email: sqvnchile@mofa.gov.vn

- Giờ địa phương so với giờ Việt Nam: Mùa hè: -10 giờ; Mùa đông: -11 giờ.

➤ **Thương vụ Việt Nam tại Chile**

Địa chỉ: Av. Eliodoro Yáñez # 2887, Providencia, Santiago, Chile

Điện thoại: (562) 232 1135 / 232 1394

Email: cl@moit.gov.vn & viettradeinchile@gmail.com

Fax: (562) 334-1159

➤ **Đại sứ quán Chile tại Việt Nam**

Địa chỉ: Biệt thự C8-D8, số 14 phố Thụy Khuê, Quận Tây Hồ, Thành phố Hà Nội

Điện thoại: (024) 3935 1147 | 3935 1148

Fax: (024) 38430762

Facebook: <https://www.facebook.com/EmbajadaChileVietnam>

Website: <https://chile.gob.cl/hanoi/en/>

➤ **Văn phòng Thương mại Đại sứ Quán Chile tại TP.HCM (ProChile)**

Địa chỉ: Tầng 6 - Tòa nhà Mayfairs Suite, số 102 ABC Cống Quỳnh, Phường Phạm Ngũ Lão, Q.1, TP.HCM

Điện thoại: (028) 2253 6622

Fax: (028) 2253 6633

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

