

## El mercado de la baldosa cerámica en Vietnam

# El mercado de la baldosa cerámica en Vietnam

Este estudio ha sido realizado por Eliseo Almela Barbarroja, becario IVEX, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ho Chi Minh City

**Junio 2005**

## **ÍNDICE**

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>I. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
<b>II. OFERTA</b>	<b>6</b>
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	7
3. Importaciones	9
<b>III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>11</b>
<b>IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN</b>	<b>13</b>
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>14</b>
<b>VI. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>15</b>
<b>VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>17</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	<b>19</b>
1. Importadores y distribuidores de baldosa cerámica	19
2. Ferias	26
3. Publicaciones del sector	27
4. Asociaciones	27
5. Otras direcciones de interés	28

### **CONCLUSIONES**

La economía vietnamita creció en 2004 a una tasa del 7%. Se trata del 2º crecimiento más elevado de la ASEAN después de Singapur y el 3º de Asia. Todas las estimaciones apuntan a un crecimiento para 2005 superior al 7%.

El tamaño del mercado de pavimento y revestimiento cerámico en Vietnam durante el año 2004 se estima en 450 millones de USD, correspondiendo el 5% del mercado a la baldosa de importación.

El mercado representa en volumen algo más de 90 millones de metros cuadrados, correspondiendo el 99% a producción vietnamita y el 1% a importación. Los productos españoles dominan las compras al exterior con un 42,5% de la cuota de importación.

La creciente urbanización del país y la emergencia de una clase media-alta son los dos factores que alimentan la demanda de azulejo importado.

Aunque el gobierno vietnamita está eliminando algunas Barreras No Arancelarias y está liberalizando su régimen comercial para cumplir los requisitos de acceso a la OMC, se espera que las barreras al comercio se mantengan altas en los próximos años (arancel del 50% actualmente).

Como resultado del Acuerdo de Libre Comercio de ASEAN (AFTA), los productores vietnamitas de baldosas cerámicas se enfrentan a una creciente competencia regional y se han visto obligados a mejorar progresivamente la calidad y a ajustar sus precios.

España domina el nicho de la baldosa cerámica de gama alta en Vietnam. Su calidad y diseño son muy apreciados, aunque sus precios son los más altos del mercado y están por tanto reservadas a clientes de poder adquisitivo elevado.

# I. DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Los productos incluidos en este estudio son baldosas cerámicas esmaltadas y sin esmaltar.

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las posiciones arancelarias que servirán de base para llevar adelante la siguiente Nota de Mercado se reflejan en el siguiente cuadro.

Tabla 1. Posiciones arancelarias y descripción de los productos considerados.

TARIC	Descripción técnica y funcional del código TARIC
6907	Baldosas y losas, de cerámica para pavimentación o revestimiento, sin barnizar ni esmaltar; cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos, sin barnizar ni esmaltar, incluso con soporte.
6908	Baldosas y losas, de cerámica para pavimentación o revestimiento, barnizadas o esmaltadas; cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos, barnizados o esmaltados, incluso con soporte.

# II. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

El gobierno ha fomentado el desarrollo de la industria local de baldosa cerámica para, en un primer momento, sustituir las importaciones y, posteriormente, promover las exportaciones del sector antes de la obligatoria apertura de sus mercados a los materiales de construcción de los países ASEAN.

El tamaño de este mercado se puede estimar en base a la fabricación local y al pequeño volumen de las importaciones.

El tamaño del mercado de pavimento y revestimiento cerámico en Vietnam durante el año 2004 se estima en 450 millones de USD.

En las entrevistas realizadas, los productores locales e importadores de cerámica coincidieron que el 95% del mercado en valor en USD corresponde a producción vietnamita y destinada al consumo local y una ínfima parte para la exportación. El restante 5% procede de la importación principalmente de China y España.

Las dimensiones del mercado en volumen se estiman en algo más de 90 millones de metros cuadrados, correspondiendo el 99% a producción vietnamita y el 1% a importación.

Según la Asociación Vietnamita de Materiales de Construcción y Baldosa Cerámica la industria local produce alrededor de 90 millones de metros cuadrados de baldosa cerámica.

Las cifras de importaciones del 2003 ascienden a 8,7 millones de dólares americanos lo que se estima en alrededor de 750.000 metros cuadrados de baldosa cerámica (aproximadamente 1% de cuota de mercado).

A efectos prácticos todos los productos esmaltados o sin esmaltar, pueden incluirse bajo la denominación general de "baldosas cerámicas", y dentro de ella, pueden establecerse, por sus características técnicas (tamaño, absorción del agua, etc.) o arancelarias (esmaltada o no) los distintos tipos (clasificación de ASCER, Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos).

## EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM

Tabla 2. Importaciones vietnamitas de baldosa cerámica en miles de USD entre 1999 - 2003.

TARIC	1999	2000	2001	2002	2003
6907 - Baldosas y losas sin barnizar ni esmaltar	104	352	816	818	3.372
6908 - Baldosas y losas barnizadas o esmaltadas	1.600	2.022	1.892	3.336	5.414
Total	1.704	2.374	2.708	4.154	8.786

Fuente: ONU. Enero 2005.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

La industria de la baldosa cerámica es de relativamente reciente creación en Vietnam. A mediados de la década de 1990, la industria vietnamita empezó a ampliar sustancialmente su capacidad y a mejorar la tecnología productiva.

Dong Tam es un ejemplo de esta transformación; esta empresa, inicialmente productora de cemento, comenzó la actividad cerámica en 1995, lo que la ha convertido en la líder en el mercado vietnamita y a la vez le ha permitido destinar una parte de su producción a los mercados exteriores.

Esta mejora cuantitativa de la capacidad de producción queda reflejada en un rápido crecimiento de las importaciones de consumibles utilizados en la industria de las baldosas: pigmentos, colores y sinterización de vidriado.

Desde el año 2000, los fabricantes españoles de esmaltes y colores cerámicos han incrementado notablemente su posición en el mercado, convirtiéndose en 2002 en el principal proveedor de estos materiales, con exportaciones a Vietnam valoradas en 20 millones de euros. En 2003 y 2004 se mantuvieron en 19 y 18 millones de euros respectivamente. En colores y pigmentos, España alcanzó una cuota de mercado próxima al 36% en avance continuo en los últimos años.

En la actualidad, Vietnam cuenta con más de 40 plantas de producción de baldosa cerámica, con un promedio de 2 hornos y líneas de producción por planta; la producción efectiva ronda los 90 millones de m<sup>2</sup>/año.

La producción local abastece la mayor parte de la demanda, aunque hay un núcleo de clientes con capacidad adquisitiva alta que demandan productos de importación, especialmente de España.

Ejemplos de la producción local y parte de la importada pueden observarse en las calles Ly Thuong Khiet y To Hien Thanh en Ho Chi Minh City y Cat Linh en Hanoi, donde se concentran un gran número de minoristas del sector.

## EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM

Tabla 3. Producción actual estimada de las principales empresas.

Empresa	Marcas Comerciales	Tipo	Producción estimada
Viglacera (Vietnam Glass and Ceramic Co.)	Viglacera	Corporación pública. 4 Empresas.	18 millones m <sup>2</sup>
Dong Tam Co. Ltd.	Dong Tam	Privada vietnamita	12 millones m <sup>2</sup>
My Duc Ceramics JV Company	Eurotile	Joint Venture (75% US-25%VN)	8 millones m <sup>2</sup>
Bach Ma Co. Ltd.	White Horse	Joint Venture (Malasia -VN)	8 millones m <sup>2</sup>
American Home Glazed Tile JV Co.	American Home	Joint Venture (US-VN)	8 millones m <sup>2</sup>
Taicera Co. Ltd.	Taicera	100% Taiwanesa	7 millones m <sup>2</sup>
Building Materials Co. No.1 (FICO)	Vitaly Thanh Thanh	Corporación pública	7 millones m <sup>2</sup>

Fuente: Elaboración propia y a partir de "El mercado de máquina para cerámica, ladrillo y hormigón en Vietnam". ICEX 2003.

La inversión excesiva en producción de baldosa cerámica en los últimos años ha dado como resultado una situación de sobreoferta y una reducción de los márgenes y ha puesto a muchos de los productores pequeños al borde de la quiebra. De acuerdo con la Asociación de Cerámica para la Construcción de Vietnam (VCCA), mientras la demanda de estas baldosas ronda los 85-90 millones de m<sup>2</sup>/año, la capacidad instalada por los 40 productores del país supera los 120 millones de m<sup>2</sup>/año. El exceso de producción se estima, en 30 millones de m<sup>2</sup>/año.

VIGLACERA y Dong Tam desde hace unos pocos años han optado por abrirse camino en los mercados internacionales. Algunos de los países que han recibido sus productos son Francia, Australia, Israel, Rusia, EE.UU. y Camboya.

Como parte de su estrategia de exportación, VIGLACERA, ha abierto oficinas en Rusia y EE.UU. para mejorar su red de distribución. En 2003 obtuvieron un beneficio por las exportaciones de alrededor de 8 millones de dólares (el equivalente de 7 millones de m<sup>2</sup>).

Los expertos señalan que para que la producción sea rentable, las exportaciones deben representar el 30 %. En la actualidad, las exportaciones representan el 10% de la producción total.

El Acuerdo de Libre Comercio de ASEAN (AFTA) está generando competencia y favoreciendo la introducción de mejoras técnicas. Aunque todavía parte de la maquinaria



## EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM

y las plantas de procesamiento para la producción nacional disponen de una tecnología anticuada, el sector va evolucionando. La industria ha invertido fuertemente en líneas de producción sincronizada de fabricación nacional o importadas principalmente de Italia y Ucrania, logrando ya el estándar Europeo EN 117. También el diseño (en muchas ocasiones copia de diseños italianos o españoles) ha mejorado, acercando el producto local a lo que se considera “última moda” proveniente de Europa.

### 3. IMPORTACIONES

En la tabla a continuación se muestra la importación de los productos que pertenecen a las partidas arancelarias 6907 y 6908 en el periodo 1999-2003.

Hay que destacar el dominio de la baldosa china (tanto esmaltadas como sin esmaltar) seguida muy de cerca por los 2,3 millones de dólares de baldosa esmaltada de España en 2003. Los productos españoles detentan en este segmento un 42,5% de la cuota de importación. En segundo lugar y muy distanciados aparecen los competidores italianos con apenas un 2% del mercado.

Tabla 4. Procedencia de las importaciones de baldosa cerámica sin barnizar ni esmaltar (6907) en miles de USD entre 1999-2003.

País	1999	2000	2001	2002	2003	Cuota 03
China	82	333	806	815	3.348	99,30
Italia	7				12	0,40
Tailandia	1				11	0,30
Malasia	14	19	10	3	1	0,03
Total	104	352	816	818	3.372	100,00

Fuente: ONU. Enero 2005.

Las cifras de la Tabla 5 muestran que el dominio español en las importaciones de azulejo esmaltado termina en 2003, con una entrada ese año de productos chinos que alcanza los 2,8 millones de USD.

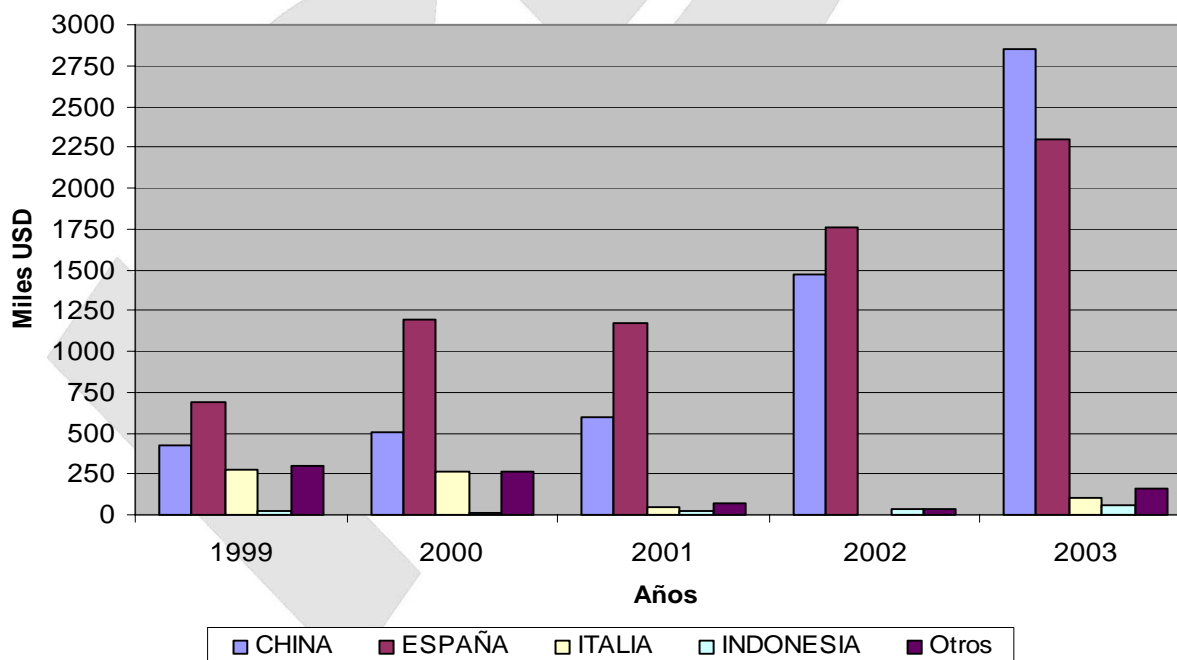
Tabla 5. Procedencia de las importaciones de baldosa cerámica barnizada o esmaltada (6908) en miles de USD entre 1999-2003.

## EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM

País	1999	2000	2001	2002	2003	Cuota 03
China	430	506	594	1.467	2.845	52,50
<b>España</b>	<b>689</b>	<b>1.194</b>	<b>1.176</b>	<b>1.762</b>	<b>2.303</b>	<b>42,50</b>
Italia	272	260	51		98	1,80
Indonesia	23	7	20	32	61	1,10
Malasia	133	46	34	41	47	0,90
Corea del Sur		1	2	20	32	0,60
Tailandia	40				23	0,40
Singapur	13	8	15	14	3	0,06
Francia					1	0,02
Reino Unido					1	0,02
<b>Total</b>	<b>1.600</b>	<b>2.022</b>	<b>1.892</b>	<b>3.336</b>	<b>5.414</b>	<b>100,00</b>

Fuente: ONU. Enero 2005.

Gráfico 1. Procedencia de la importación de baldosa cerámica esmaltada entre 1999-2003.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ONU.

# III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En primer lugar, hay que destacar que Vietnam es un mercado de más de 80 millones de consumidores, aunque de muy baja renta per capita (oficialmente alrededor de 430 USD). Se trata pese a todo de un mercado en desarrollo con alto potencial de crecimiento.

En los 10 últimos años se han construido casi 740 millones de m<sup>2</sup> de nuevas viviendas en Vietnam, de los cuales 185 millones corresponden a las áreas urbanas. La construcción y reformas realizadas por los propietarios representan el 75%, mientras que las viviendas construidas por empresas de construcción son el 25%.

El país vivió un *boom* constructor en la década de los años 90, tras el levantamiento del bloqueo económico occidental, y la llegada de la inversión extranjera. Se construyeron edificios de oficinas de 10-20 plantas para completar una oferta hasta entonces inexistente, con destino a apartamentos, oficinas y hoteles. La sobreinversión (en gran medida especulativa) generó un exceso de oferta que sumado a la crisis financiera del 97 paralizaron el sector durante varios años. A partir del año 2000 se recuperó el mercado inmobiliario que generó a la vez un incremento de las importaciones de baldosa cerámica para edificios de nivel alto.

En la actualidad las carencias en el área de vivienda siguen siendo enormes. La superficie per capita en las zonas urbanas aumentó de 8.2 m<sup>2</sup> a 10.4 m<sup>2</sup> en la década de los 90, pero aún así la escasez de vivienda todavía representa un problema grave en las zonas urbanas. Los planes de urbanización en Ho Chi Minh City tienen previsto en los próximos años el incremento en el espacio por persona hasta los 12 m<sup>2</sup>, lo que unido al incremento en el precio del suelo, está potenciando la construcción en altura.

Casi el 40 % de las viviendas urbanas tienen una superficie habitable de menos de 36 m<sup>2</sup>. Sólo el 25 % de las familias urbanas viven en viviendas de tipo permanente, y el 19% lo hace en estructuras temporales, inestables, hechas de diferentes materiales, muchas veces de desecho. Con el rápido crecimiento previsible de la población y el aumento de la urbanización y de la migración hacia las ciudades, el desequilibrio entre la demanda y la oferta de vivienda se intensificará.

La principal zona económica y comercial de Vietnam la conforma Ciudad Ho Chi Minh y su cinturón industrial (Bien Hoa, Dong Nai y Vung Tau) que logran generar casi el 60%

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

del PIB industrial privado, y su nivel de renta per cápita triplica largamente la media nacional.

Las zonas rurales (75% de la población) consumen únicamente producto local, por gustos y nivel de renta.

Una clase acomodada emergente en las grandes ciudades (Hanoi y Ho Chi Minh City) demanda azulejo cerámico importado de la gama alta para la construcción de sus viviendas.

Según el uso del azulejo se puede distinguir entre: a) obra nueva o nueva construcción y b) renovación: mejora y acondicionamiento de lugares. Según el lugar de colocación se divide entre suelos y muros. Así el 80% de lo que demanda el mercado es para pavimento y el 20% es para revestimiento de paredes.

### **Preferencias de los consumidores**

La mayoría de las familias vietnamitas (99% de la población) por razones presupuestarias y cuestiones culturales principalmente sólo adquieren baldosa local. Hay un reducido número de consumidores con suficiente poder adquisitivo que dedican un presupuesto cada vez mayor al acondicionamiento de sus hogares y para ello toman como referencia las tendencias occidentales, particularmente europeas. Esto ha redundado en un mayor interés por la baldosa de importación.

El consumidor vietnamita se caracteriza por su conservadurismo en los colores y acabados. Los diseños clásicos y que imitan la piedra natural tienen gran aceptación por el público. Los colores clásicos, blanco, beige y negro, son los más comunes para la decoración de las viviendas. Por último el mosaico es muy utilizado en lugares abiertos al público como restaurantes, bares y tiendas.

Hay que apuntar, sin embargo, que estas tendencias van evolucionando progresivamente hacia los estándares occidentales y la gama de estilos y colores se va ampliando. La preferencia actual es hacia mayores formatos, de mayores ventajas (necesitan menos juntas siendo más rápida su colocación, aunque son más frágiles) y con un mayor valor añadido y precio de venta.

En cuanto a formatos, si la baldosa está fabricada localmente, el pavimento y revestimiento cerámico más demandado para lugares nobles es el 40\*40, mientras que para cocinas y cuartos de baño los tamaños más habituales varían entre el 20\*20, 20\*25 y 25\*25 cm.

El formato más habitual del producto español que se encuentra y que es el que está más solicitado en los showrooms vietnamitas es el 45\*45 cm. En cuanto al estilo los hay desde los rústicos con imitación del acabado en piedra para revestimiento hasta los clásicos para el pavimento.

# IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Se puede hacer una estimación de precios media atendiendo a las calidades lo que está en función de su origen de procedencia, de importación o de fabricación local. Los precios del pavimento y revestimiento cerámico están divididos en 3 niveles que se corresponden a tres gamas de calidades y precios:

Calidad baja: son productos de fabricación vietnamita y china utilizados en viviendas familiares, edificios y hoteles vietnamitas.

Calidad media: son productos de fabricación vietnamita que representa al stand de calidad superior. Su precio se acerca al de la baldosa de importación.

Calidad alta: se corresponden con el azulejo español y está destinado a las residencias privadas de alto poder adquisitivo. El revestimiento de paredes tiene un precio de venta más elevado que la baldosa para pavimento.

Tabla 6. Precio medio de venta al público de la baldosa cerámica en Vietnam.

Calidad / Procedencia	Precio medio m2		
	VND	USD*	€*
Baja / Vietnam - China	80.000	5,00	4,50
Media / Vietnam	170.000	10,70	8,50
Alta / España - Italia	235.000	14,80	11,70

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a los importadores y distribuidores del mercado.

\* Cambio oficial Vietcombank a 23/05/05: 1 USD = 15.845,00 VND; 1€ = 20.014,68 VND

Para la construcción de viviendas y hoteles orientados a la población local, los precios son determinantes, utilizan materiales fabricados en Asia y presentan diseños muy básicos.

Las viviendas residenciales para expatriados o vietnamitas con un poder adquisitivo alto, son los usuarios finales que están dispuestos a pagar los precios de los productos cerámicos de importación.

# V • PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España goza de una posición privilegiada en el mercado vietnamita de la baldosa cerámica, siendo los líderes en la gama de calidad alta.

Una de las principales productos a los que se le asocia el nombre de España son las baldosas cerámicas, los cuales tienen una reconocida imagen de calidad y son muy apreciadas entre los clientes que demandan azulejos de importación.

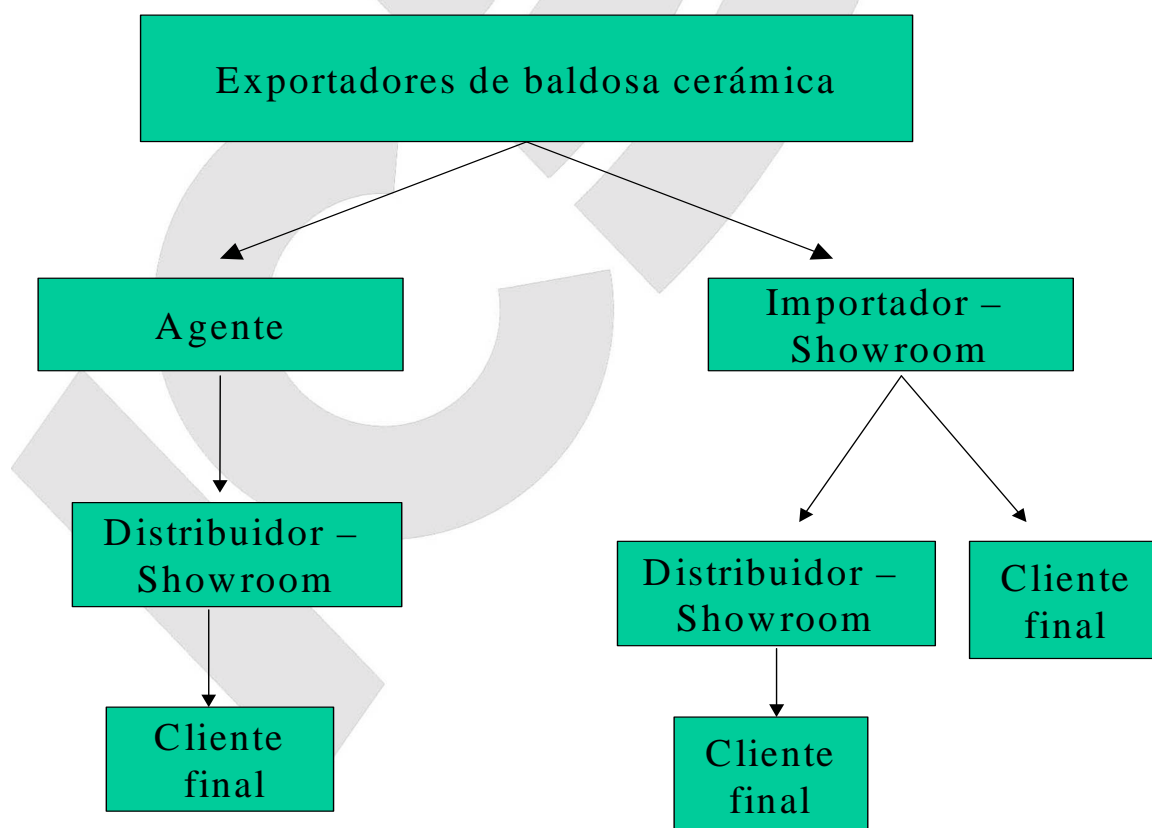
Sus precios son los más elevados del mercado, estando por tanto reservados para clientes con un poder adquisitivo alto. Por otra parte, la buena imagen con que cuentan los productos cerámicos españoles que se venden en el país ha servido para facilitar la entrada de pigmentos y colorantes para fabricación local de baldosa.

La presencia de marcas extranjeras se ha estabilizado en los últimos tres años dada la creciente mejora de la industria local y la cada vez mayor oferta que pueden ofrecer. Por lo que actualmente el mercado ha llegado a una saturación en la que la competencia se está realizando entre precio y diseño-calidad.

## VI. DISTRIBUCIÓN

El esquema habitual de la distribución de azulejo cerámico para importación se desglosa en el siguiente esquema. Las empresas españolas disponen de unos canales de entrada consolidados en Vietnam, siendo los líderes del segmento de baldosas cerámicas de importación de gama alta.

Figura 1. Esquema de la distribución en Vietnam.



Fuente: Elaboración propia.

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

La introducción en el mercado se suele hacer de dos maneras, una a través del agente comisionista que es el encargado de colocar el producto entre los distribuidores de su área de influencia y la segunda mediante el importador-distribuidor que dispone de su propio showroom y que actúa como distribuidor para comerciantes más pequeños y también atiende directamente a clientes finales.

En ambos casos la tarea es llevada a cabo por vietnamitas, no hay ninguna empresa de capital extranjero involucrada en las tareas de importación y distribución.

Ejemplos de la producción local y parte de la importada pueden observarse en las calles Ly Thuong Khiet y To Hien Thanh en Ho Chi Minh City y Cat Linh en Hanoi, donde se concentran un gran número de minoristas del sector. Concretamente en Ho Chi Minh City hay dos showrooms que explicitan claramente en su entrada que disponen de baldosa cerámica española. En su interior se exhiben diferentes marcas cerámicas españolas.

Los showrooms, en los que se recibe tanto al público como a los profesionales, son el principal instrumento de promoción utilizado por los distribuidores.

La mayoría de los importadores y/o distribuidores exponen productos de varios fabricantes locales y extranjeros en algunos casos. Normalmente los importadores de Ho Chi Minh City sólo sirven a su área de influencia más cercana y no disponen de otra oficina en Hanoi. Lo mismo sucede con las empresas de Hanoi. Disponen de stock suficiente para atender peticiones para embaldosar viviendas residenciales.

El acceso a proyectos de construcción suele requerir contactos y es necesario el conocimiento de las promotoras de edificios y de las personas encargadas de la adjudicación de proyectos. Aunque para azulejo de importación no es muy habitual que se demandan estos productos, principalmente debido al factor precio.

Estos pedidos son servidos por el importador-distribuidor que cuenta con una posición reconocida en el mercado y dispone de su propia red de agentes comerciales, que son los encargados de buscar los proyectos.

Se recomienda la asistencia a las ferias internacionales (Ver Anejos) del sector acompañada con entrevistas programadas con potenciales clientes. También puede ser interesante invitar a los importadores a la exposición de CEVISAMA en Valencia.



# VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

El Gobierno en su intento de proteger la industria cerámica local ha creado una serie de barreras arancelarias y no arancelarias, comenzando el año 1999 con la exigencia de licencias de importación para la baldosa cerámica, seguida de la imposición de una tasa para-arancelaria del 10% conocida como *Price Difference Collection*.

Esto permitió durante años a los fabricantes locales vender a precios altos. Ni siquiera las baratas baldosas chinas conseguían entrar en el mercado (salvo en las provincias del norte). Los aranceles empezaron a bajar en 2001 y el AFTA estableció el compromiso de llegar al 0% en 2006 dentro de la zona ASEAN.

Tras intensas presiones de la Oficina Comercial de España (entre otros) a través de la representación de la UE en Vietnam, la importación de estos productos se liberó en enero de 2000, para formatos superiores a 40x40cm, y para el resto de los formatos en abril de 2001, aunque se mantienen unos elevados aranceles (50%).

Los cargos fiscales a los que están sometidos los productos cerámicos son las siguientes:

Tabla 7. Posiciones arancelarias e IVA de las baldosas cerámicas.

TARIC	Descripción técnica y funcional del código TARIC	Arancel	IVA
6907	Baldosas y losas, de cerámica para pavimentación o revestimiento, sin barnizar ni esmaltar; cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos, sin barnizar ni esmaltar, incluso con soporte.	50%	10%
6908	Baldosas y losas, de cerámica para pavimentación o revestimiento, barnizadas o esmaltadas; cubos, dados y artículos similares de cerámica para mosaicos, barnizados o esmaltados, incluso con soporte.	50%	10%

Fuente: Decisión No. 110/2003/QD-BTC de 25 de julio de 2003 promulgando los aranceles. Gaceta Oficial. Ministerio de Economía.

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

Como resultado de los compromisos adquiridos por Vietnam en el Acuerdo de Libre Comercio de ASEAN (AFTA), que contemplan la eliminación de los aranceles a la importación para los países miembros, los fabricantes de países como Indonesia, Tailandia y Malasia disfrutarán de una importante ventaja competitiva frente a los productos españoles.

# VIII. ANEXOS

## 1. IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES DE BALDOSA CERÁMICA

AP TRADE CO., LTD (HCMC)

Unit 3B2, Han Nam Officetel, 65 Nguyen Du, Dist. 1

Ho Chi Minh City

Tel: +84-8-8221496

Fax: +84-4-8-8221497

E-mail: mocorp@hcm.fpt.vn

Observaciones: Interesados en fabricantes españoles de esmaltes, fritas, maquinaria para fabricación de baldosa cerámica y baldosa cerámica.

AGRIMEXCO

176 Hai Ba Trung St., District 1

HCM City

Tel: +84-8-8293569

Fax: +84-8-8297071

E-mail: agrimexco-hcm@hcm.vnn.vn

URL: [www.agrimexco.com.vn](http://www.agrimexco.com.vn)

Contacto: Ms. Tran Ngoc Hue – Director, Ms. Trinh Ngoc Suong, Director del Dpto. de importación y exportación.

Observaciones: Compañía de exportación de productos agrícolas, forestal y acuáticos. Desean importar materiales cerámicos procedentes de España.

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

### **CONSTREXIM**

39 Nguyen Dinh Chieu, Hai Ba Trung Dist.

Hanoi

Tel: +84-4-9744836

Fax: +84-4-9742701

E-mail: cons\_trade@hn.vnn.vn

Contacto: Mr. Bui Hong Quan - Deputy Imp-Exp. Manager

Observaciones: Empresa estatal del sector de la construcción (ingeniería civil e industrial, importación de materiales, etc). Importaba pavimento cerámico hace unos años, pero actualmente no lo está haciendo. Está considerando la posibilidad de importarlos de nuevo en el futuro, por lo que estaría interesado en contactar con suministradores españoles para estudiar la oferta.

### **CONSTREXIM HO CHI MINH CITY**

14 Ky Dong, Dist. 3

HCM City

Tel: +84-8-8439636

Fax: +84-8-9318519

Contacto : Mr. Le Hoanh San – Branch Director (0908 014 488)

### **DONG DO CO., LTD.**

29 Thuy Xuong, Nha Trang City

Khanh Hoa Province

Tel: +84-58-813705

Fax: +84-58-829042

E-mail: dongdocom@dng.vnn.vn

Contacto: Mr. Bui Quoc Toan, Director (+84 913 460 142)

Observaciones: Importador vietnamita de pavimento cerámico. Está considerando la posibilidad de importarlo ante las dificultades que tienen para comprar material vietnamita. Esto se debe a que muchos de los fabricantes locales están optando por distribuirlos directamente. Es una empresa pequeña que no ha importado nunca pavimento de España, ni de Italia.

### **FICO - BUILDING MATERIALS CORPORATION NO. 1**

Floor 4, 9-19 Ho Tung Mau St., Dist. 1

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 8212960, 8216206 , 8230809

Fax: +84 8 8213233

E-mail: tctvlxd1@hcm.vnn.vn

URL: www.fico.com.vn

Mr. Nguyen Tran Nam, General Director

Mr. Tran Phuong Tung, Vice Director (thuybach@hcm.vnn.vn)

Observaciones: Corporación pública que engloba a varias empresas del sector de los materiales de construcción. Anteriormente importaban baldosa cerámica española pero desde que han modernizado sus fábricas de azulejo han dejado de comprar. Marcas propias de baldosa cerámica Vitaly y Thanh Thanh.

HOANG TU (PRINCE)

26 Cat Linh

Hanoi

Tel: +84-4-7343088

Fax: +84-4-7337537

E-mail: hoangtu38@fpt.vn

Contacto: Mr. Nguyen Van Hung – Director

Observaciones: Importador y distribuidor de baldosas cerámicas. Actualmente están importando productos desde España. Interesados en estudiar las ofertas españolas.

HOANG TU – HO CHI MINH CITY BRANCH

H678 Su Van Hanh, Ward 13, Dist. 10

Ho Chi Minh City

Tel: +84-8-2650093

Fax: +84-8-2650094

Contacto: Mr. Nguyen Hong Vinh

INTIMEX IMPORT EXPORT CORPORATION

96 Tran Hung Dao, Hoan Kiem District

Hanoi

Tel: +84-4-9423984

Fax: +84-4-9426261

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

E-mail: [intimex@hn.vnn.vn](mailto:intimex@hn.vnn.vn), [hoang-lien@hn.vnn.vn](mailto:hoang-lien@hn.vnn.vn)

Contacto: Ms Nguyen Thi Khanh An – Sales Manager

KIEN TAM CO., LTD.

618 Hau Giang, Ward 12, Dist. 6

Ho Chi Minh City

Tel: +84-8-7517785

Fax: +84-8-7517785

Contacto: Ms Pham Thi Tram – Director (+84 903 725 487)

Observaciones: Importador de pavimento cerámico y accesorios sanitarios.

MAO TRUNG

155 To Hien Thanh, Dt. 10

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 8620453 / 8631070 / 8843115

Fax: +84 8 8621758

Contacto: Mr. Duong Thien Thuat, Director – Director 090 3884744

Observaciones: Distribuidor de pavimento cerámico tanto local como de importación. Tienen stock de Plaza, Alcalaten, Azteca y Dual Gres. Adquieren sus productos de España a través del importador TRISTAR. Están interesados en importar directamente. En el showroom también exponen sanitarios, cocinas, etc.

NAM LINH CO.

40 Bich Cau St., Dong Da Dist.

Hanoi

Tel : (84-4) 7320834

Fax : (84-4) 7320834

E-mail: [ceramic@saigonnet.vn](mailto:ceramic@saigonnet.vn)

Contacto: Mr Hoang Trong Trung – Director 0913 209 638

Observaciones: Distribuidor de pavimento cerámico de origen español (Venus, Diego, Pamesa).

PHU MY HUNG CORPORATION

Nguyen Van Linh Boulevard, Tan Phu Ward, Dist.7

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

Ho Chi Minh City

Tel: +(84)-8-4119999

Fax: +(84)-8-4115998, +84-8-4115999

E-mail: pmh-buyer@hcm.vnn.vn

URL: www.phumyhung.com.vn

Contacto: Mr. Danny Wang - Purchase Manager

Observaciones: Importador de pavimento cerámico para construcción de nuevas zonas de viviendas modernas.

PHUONG CHI CO. LTD.

Can 4, Nha K2, Khu Dam Trai, Phuong Phuong Liet, Thanh Xuan

Hanoi

Tel: +84-4-8695042

Fax: +84-4-8686400

E-mail: tandc@hn.vnn.vn

Contacto: Mr. Le Huy Tuan – Director

Observaciones: Agente que importa baldosa cerámica de España.

TAN VIEN DUONG

411 To Hien Thanh, Dt. 10

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 8666313 / 8651021

Fax: +84 8 8666314

Contacto: Ms. Nguyen Thi Phuong Uyen, Sales Manager Assistant – 090 8583189

Observaciones: Importador y distribuidor de baldosa cerámica de España. Dispone de un showroom en el que tan sólo exhibe producto español. Se encarga de distribuir a comerciantes más pequeños sus productos.

THANG LONG

175 C Ly Thuong Kiet, P. 8, Binh Thanh Dt.

Ho Chi Minh City

Tel:+84 8 8653211 / 8665756

Fax: +84 8 8653211

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

Observaciones: Importador y distribuidor de azulejo. Es una de las tiendas que disponen de mayor oferta de azulejo español en Ho Chi Minh City. Marcas: Porcelanatto, Venus, etc.

**THIEN THANH**

138 A To Hien Thanh, Dt. 10

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 8633036 / 37 / 38 / 39 / 40 / 41 / 42

Fax: +84 8 8633035

E-mail: thienthanh1@hcm.vnn

URL: www.xaydungdiaoc.com

Contacto: Ms. Xuyen, Sales Department – 090 9144803

Observaciones: Gran centro de distribución de baldosa cerámica. El 95% de sus productos corresponden a fabricantes vietnamitas. También cuentan con escaso producto español.

**TRISTAR INTERNATIONAL CO., LTD.**

64 Hoang Hoa Tham, Ward 6, Binh Thanh Dt.

Ho Chi Minh City

Tel: +84 8 5513332

Fax: +84 8 8445867

Contacto: A. Phuc, Director

Observaciones: Importador de materiales de construcción. Se encarga de comprar baldosa cerámica española y distribuirla entre los comerciantes de la ciudad.

**TRUNG SON**

25 D Cat Linh

Hanoi

Tel: +84 4 8232324

Contacto: Mr. Son, Director.

Observaciones: Importador privado de baldosa cerámica española. Su oficina en Ho Chi Minh City es THANG LONG.

**TTT CORPORATION**

36 Ly Tu Trong, Dist. 1



## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

Ho Chi Minh City

Tel: +84-8-8295556

Fax: +84-8-8297232

E-mail: tan@tttcompany.com

URL: www.tttcompany.com

Contacto: Mr. Nguyen Kim Tan, Purchase Director

Observaciones: Interesado en importar pavimento cerámico, muebles y artículos de decoración interior desde España.

VIET SINH CO., LTD.

55-55A Phan Dinh Phung, Ward 17, Phu Nhuan Dist.

Ho Chi Minh City

Tel: +84- 8-8445505

Fax: +84-8-9900710

E-mail: vietsinhtrading@hcm.vnn.vn

Contacto: Mr. Nguyen Thanh Binh - Director

Observaciones: Importador de baldosa cerámica. Interesado en herramientas para el corte y la colocación de cerámica.

VINACONEX TRADING JS COMPANY

2 Lang Ha

Hanoi

Tel: +84-4-8314837

Fax: +84-4-8314836

E-mail: vinatra@fpt.vn

Contacto: Mr. Chau Minh Tam - Director

Observaciones: Empresa del sector de la construcción. En la actualidad ha dejado de importar pavimento cerámico. Los motivos que expusieron para no importar son dos, por un lado, los aranceles son muy elevados lo que origina que el margen de beneficio se reduce considerablemente y por otro, el mercado vietnamita está muy copado con material cerámico.

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

### **2. FERIAS**

#### **VIETBUILD**

Lugar: Ho Chi Minh City

Fecha: del 18 sep al 23 sep del 2005

Sector: Materiales de construcción, mobiliario, iluminación.

Organizador: AFC INTERNATIONAL EXHIBITION FAIR CORP.

Dirección: 76 Nguyen Phi Khanh St., District 1, HCM City

Teléfono: +84 8 8208626

Fax: +84 8 8203524

E-mail: [afcqt@hcm.vnn.vn](mailto:afcqt@hcm.vnn.vn)

Website: [www.afcvietfair.com](http://www.afcvietfair.com)

#### **BUILDING & CONSTRUCTION VIETNAM, VINAPLAS, VINAWOOD**

Lugar: Ho Chi Minh City

Fecha: del 23 nov al 26 nov del 2005

Sector: maquinaria y materiales de construcción, maquinaria para trabajar la madera, maquinaria para plásticos.

Organizador: ADSALE

Dirección: 4/F Stanhope House, 734 King's Road, North Point, Hong Kong

Teléfono: +85 2 2811 8897

Fax: +85 2 2516 5024

E-mail: [info@adsaleexh.com](mailto:info@adsaleexh.com)

Website: [www.adsaleexh.com](http://www.adsaleexh.com)

#### **CONSTRUCTION - RAHV VIETNAM**

Lugar: Ho Chi Minh City

Fecha: del 21 mar al 24 mar del 2006

Sector: Maquinaria y materiales de construcción, equipos de frío y calor.

Organizador: TOP REPUTE CO., LTD.

Dirección: Rm. 2403, Fu Fai Commercial Centre, No. 27 Hillier Street, Hong Kong

Teléfono: +85 2 2851 8603

Fax: +85 2 2851 8637

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

E-mail: [toprepute@hkabc.net](mailto:toprepute@hkabc.net)

Website: [www.toprepute.com.hk](http://www.toprepute.com.hk)

### **3. PUBLICACIONES DEL SECTOR**

#### **SAIGON CONSTRUCTION**

60 Truong Dinh Street,

Distr. 3, HCM City

Tel +84-8-8202837

Fax +84-8-8200594

#### **BUILDER MAGAZINE**

111 Thai Ha St.

Dong Da District,

Hanoi

Tel +84.4.8561504

Fax +84.4.8561149

### **4. ASOCIACIONES**

#### **ASSOCIATION OF CONSULTANTS OF CONSTRUCTION**

27 Le Dai Hanh Street,

Hanoi

Tel: +84-4-8218093

#### **URBAN ARCHITECT CONSULTING HANOI CO.**

A29 Mai Huong Sub-Dist.,

Hai Ba Trung District,

Ha Noi

Tel: +84-4.8632646

Fax: +84-4.8632882

Contacto: Mr. Pham Van Huong

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

---

### ARCHITECTURAL CONSTRUCTION OF SOUTH

88 Mac Dinh Chi Street,

Dist 1, HCM City

Tel: +84-8-8291908

Fax : +84-8-8230568

Contacto: Ms. Nguyen Anh Tuyet

### SAIGON CONSTRUCTION ASSOCIATION

4th Floor, 60 Truong Dinh Street, Dist 3,

HCM City

Tel: +84-8-8242635

Fax: +84-8-8231928

### SAIGON CONSTRUCTION AND BUILDING MATERIALS ASSOCIATION

130 C6 Pham Van Hai, Tan Binh Dist.

HCM City

Tel/Fax: +84-8-844 8745

E-mail: [umpc@hcm.vnn.vn](mailto:umpc@hcm.vnn.vn)

Contacto: Mr. Nguyen Dang Son

## **5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS**

### MINISTRY OF CONSTRUCTION

37 Le Dai Hanh St,

Hanoi

Tel: +84-4-8217053

### MINISTRY OF CONSTRUCTION - HCMCITY

14 Ky Dong, Dist. 3,

HCM City

Tel + 84-8-8445219

## **EL MERCADO DE LA BALDOSA CERÁMICA EN VIETNAM**

Fax + 84-8-8445152

Contacto: Mr. Nguyen Van Hiep

