



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

2020

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

*Estadísticas*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## ESTADÍSTICAS

### IMPORTACIONES DE VIETNAM EN 2019



ALMENDRA CON CÁSCARA

US\$ 35,5  
millones

Arancel General	15%
Arancel para Chile	13%



NUEZ CON CÁSCARA

US\$ 25  
millones

Arancel General	10%
Arancel para Chile	9%



ALMENDRA SIN CÁSCARA

US\$ 80,9  
millones

Arancel General	10%
Arancel para Chile	10%



NUEZ SIN CÁSCARA

US\$ 1,5  
millones

Arancel General	30%
Arancel para Chile	13%



MANZANA

US\$ 352,8  
millones

Arancel General	10%
Arancel para Chile	10%



UVA

US\$ 299,4  
millones

Arancel General	10%
Arancel para Chile	10%

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## ESTADÍSTICAS



ALMENDRA



MANZANA



NUEZ



UVA

### RANKING DE CHILE EN IMPORTACIONES 2019

**-° Lugar** (con cáscara)  
Sin participación de mercado  
**-° Lugar** (sin cáscara)  
Sin participación de mercado

**17° Lugar**  
0,0% de participación de mercado

**1° Lugar** (con cáscara)  
52,3% de participación de mercado  
**-° Lugar** (sin cáscara)  
Sin participación de mercado

**6° Lugar**  
1,6% de participación de mercado

### VARIACIÓN VALOR IMPORTACIÓN DE CHILE 2019/2018

- (con cáscara)  
- (sin cáscara)

-

**-4,1%** (con cáscara)  
- (sin cáscara)

**-10,1%**

### PRINCIPALES ORÍGENES EN 2019

Con cáscara:  
1. Hong Kong (48,9%)  
2. Australia (29,7%)  
3. Estados Unidos (18,9%)  
Sin cáscara:  
1. Estados Unidos (76,9%)  
2. Australia (14%)  
3. Hong Kong (7,7%)

1. China (58,7%)  
2. Estados Unidos (19,8%)  
3. Nueva Zelanda (13,7%)

Con cáscara:  
1. Chile (52,3%)  
2. Estados Unidos (42,7%)  
3. Hong Kong (2,3%)  
Sin cáscara:  
1. Estados Unidos (63,5%)  
2. China (14,8%)  
3. Singapur (11,1%)

1. China (66,4%)  
2. Estados Unidos (14,1%)  
3. Australia (10,4%)

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

*Tendencias de Mercado*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## TENDENCIAS DE MERCADO

### TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO Y CONSUMIDOR

- **DEMOGRAFÍA:** Vietnam es el **15º en el ranking de población** con alrededor de 97,6 millones de habitantes. El 61,4% del total de la población es menor de 35 años, mientras que **el 30% vive en las ciudades**.
- **PAÍS EMERGENTE:** El desarrollo económico del último tiempo y el constante crecimiento del conocimiento sobre los productos occidentales, en la actualidad, se han ido **incorporando nuevas costumbres y hábitos** de consumo. El **20% pertenece a la clase media alta**, con ingresos superiores a los US\$ 10.000 anuales lo que ratifica el atractivo creciente para la importación de productos .
- **CULTURA DE CONSUMO:** El país es uno de los mayores consumidores de frutas con valores que van de **100 a 125 kg anuales**, con un gran potencial por la fruta importada.
- **INTERÉS POR ALIMENTACIÓN SALUDABLE:** El 68% de los consumidores considera la seguridad alimenticia al momento de comprar alimento y el 50% la salud.



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



**ALMENDRA**



**MANZANA**



**NUEZ**



**UVA**

### TENDENCIAS DE CONSUMO

- No se tiene la costumbre de consumir almendras
- Se considera un producto de consumo de “clase alta”
- Como alimento se usa en panadería, snacks, postres con, acompañado de dulces o exprimido y cocido con leche.
- Como regalo para ocasiones especiales y fiestas fin de año.
- Importadores venden marcas de almendras saladas, con miel o tostadas con mantequilla

- El país depende casi en su totalidad de importaciones
- La manzana de Estados Unidos es la más conocida y muy popular en Vietnam. De no coincidir con la estación, los consumidores buscan las de otros países.
- Existe un rechazo a manzanas de origen de China por temor de químicos residuales y peligrosos. A pesar de esto, se vende en zonas rurales
- Si la manzana es orgánica, será la primera opción

- La importación principal de nueces proviene desde Chile, Estados Unidos y Hong Kong.
- Generalmente, los importadores compran nueces a granel y se envasan en Vietnam con propia marca.
- La mayoría de los consumidores de nueces pertenecen a la clase media y alta, los cuales exigen la mejor calidad disponible en el mercado, aunque el precio sea alto.

- Las variedad en Vietnam son la NH01-48, NH01-96, NH01-93 y Cardinal. Por su sabor no son muy populares.
- También existe rechazo a uva de origen chino
- Si la uva es orgánica, será la primera opción.
- La uva de Estados Unidos es la más conocida y muy popular en Vietnam. De no coincidir con la estación, buscan de otros países.
- Se usa también con fines rituales (por ejemplo, para rendir tributo a los antepasados).

### POBLACIÓN OBJETIVO

**Población de clase media y alta**

### CONSUMIDORES

**Se concentran en las principales urbes del país que son Ha Noi, Hai Phong, Ho Chi Minh, Da Nang, Ba Ria – Vung Tau y Binh Duong.**



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

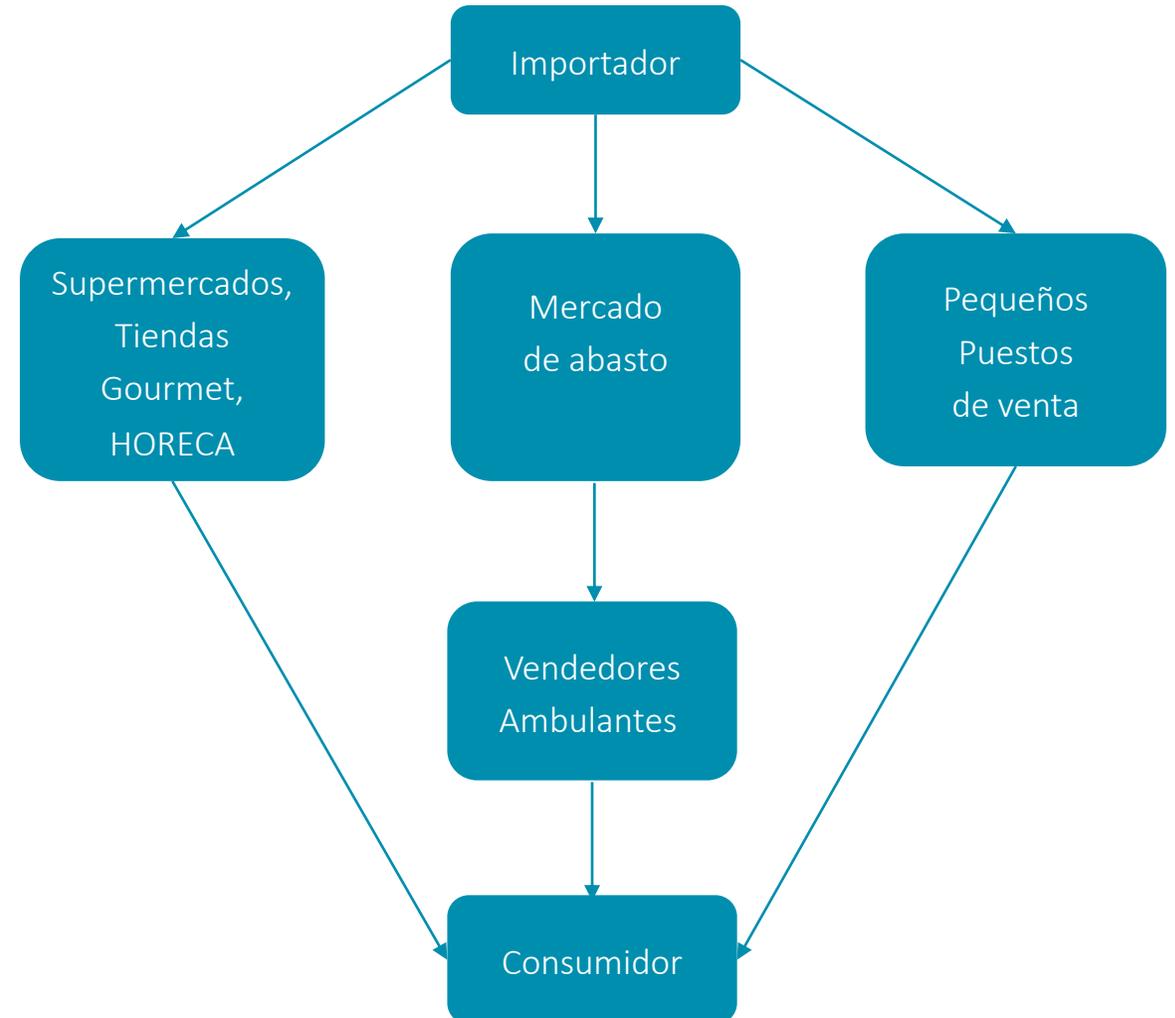
*Canales de distribución*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Existen dos grandes canales de comercialización:

- **ON-TRADE (30%):** es principalmente grupo HORECA: tiendas gourmet, restaurantes y hoteles de categoría y prestigio, dirigidos a consumidores pertenecientes a la clase media alta y alta.
- **OFF-TRADE (70%):** mercados de abasto, *wet market* (mercados tradicionales), hipermercados, supermercados y pequeños puestos de venta (fijos y online), destinados a consumidores más masivos.



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

*Acceso al Mercado*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## ACCESO AL MERCADO

### NORMAS Y REQUISITOS GENERALES

Para ingresar productos , el **país exportador está obligado a registrarse con el Departamento Nacional de Aseguramiento de la Calidad Agrícola Forestal y Pesquera (NAFIQAD)**, cuyo proceso tendrá que gestionarse a través de la autoridad fitosanitaria mediante el levantamiento de un expediente con los siguientes documentos:

- **Información sobre el sistema de gestión y capacidad de la Autoridad Competente** del país exportador sobre el control de seguridad alimenticia según formulario establecido en el Anexo II de la Circular 13/2011/TT-BNNPTNT.
- **Lista de insecticidas, reguladores de crecimiento, conservantes utilizados** en el proceso de producción, comercialización según modelo establecido en el Anexo III de la Circular 13/2011/TT-BNNPTNT.
- **Programa de monitoreo de seguridad alimenticia actualizado anualmente del país exportador** empleado sobre el producto durante el proceso de producción, comercialización doméstica y de exportación.

### CÓMO SIGUE EL PROCESO:

1. Una vez recibido el expediente con los documentos mencionados, **el NAFIQAD** previa consulta con el Departamento de Protección de Plantas (PPD), **contestará en un plazo de 30 días hábiles**. De ser positiva la respuesta, la notificación será publicada en la página oficial de NAFIQAD.
2. El **exportador sólo podrá enviar sus productos a Vietnam cuando aparezca en la lista de empresas autorizadas por el NAFIQAD** que haya sido enviada por el SAG.
3. Antes de arribar, los **productos agrícolas necesitan tener un Certificado Fitosanitario emitido por el SAG** (detalles consultar SAG)
4. Además, el **importador tendrá que realizar una solicitud formal al NAFIQAD** para que este organismo emita un permiso fitosanitario de importación con validez de 1 año.
5. El **importador local** tendrá que **gestionar la Licencia** de Importación
6. El Departamento de Protección de Plantas local podrá realizar análisis fitosanitario mediante una toma de muestra aleatoria antes de autorizar el desaduanamiento.

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

*Recomendaciones de la Oficina Comercial*

# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL

### RECOMENDACIONES GENERALES

- Realizar actividades de **promoción de manera conjunta** con los importadores y/o distribuidores.
- **Estudiar el mercado** objetivo al que se quiere entrar.
- Realizar un **contacto directo con los importadores** ya que al igual que en la mayoría de los países asiáticos, se da mucha importancia al trato personal.
- **Participar en las ferias internacionales** de alimentos a realizarse en Vietnam, cuando sea posible.
- **Trabajar con la oficina de ProChile** en Vietnam, la cual apoyará en diversas labores, que permitirán penetrar y crecer en el mercado.
- Se debe buscar **minimizar la variabilidad en la calidad** de las frutas.
- **Acelerar las negociaciones de protocolo** fitosanitario para el acceso al mercado (almendra con cáscara).



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

## **Edición general**

Gabriel Parra

Analista del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

## **Revisión de textos**

Marcela González

Jefa del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

## **Entrega de información para la realización del estudio**

Representación Comercial de Chile en Ho Chi Minh, Vietnam



# FRUTA FRESCA Y SECA EN VIETNAM

2020