



El Mercado de Nueces en Vietnam

FECHA : JULIO /2017 Oficina Comercial en ciudad Ho Chi Minh



Nueces en Vietnam. El mercado está creciendo



Vietnam no es un país que tenga costumbre de consumir nueces, pero con 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.

Se consideran las nueces como un producto-insumo, dado que principalmente su uso es de carácter intermedio, es decir, son insumos de un proceso de elaboración para un producto final, tales como mix de frutas secas, cereales, pastelería, entre otros.

Principales Países Proveedores.

De acuerdo a las cifras entregadas por Trade Map, durante 2016, Vietnam importó alrededor de \$106 millones de dólares de nueces. Los proveedores principales son como Estados Unidos, Hongkong, México, Indonesia, Australia y Sur África

Exportaciones chilenas :

No se encuentra las importaciones de nueces desde Chile en 2016 a Vietnam

Análisis y comentarios

Estados Unidos es el principal proveedor de nueces en Vietnam, ocupa casi 50% de la exportación de nueces a Vietnam.

En la actualidad no se detectan nueces chilenas en el mercado vietnamita. Pero se han detectado oportunidades interesantes de negocios para las nueces chilenas. Y para eso, estos frutos secos deben ser de buena calidad y mejor precio para competir con las nueces provienen desde otros competidores. Además, se necesita prestar atención a que el traslado desde Chile es más alto que el de sus competidores y que el tiempo de la entrega desde Chile toma alrededor de 45 días.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	Total Mil US\$ 2016	Crecimiento 2016 / 2015 (%)
TOTAL MUNDO	106.328	14
ESTADOS UNIDOS	51.569	36
HONGKONG,	28.442	-23
MEXICO	24.825	45
INDONESIA	1.047	-7
AUSTRALIA	308	256
SUR ÁFRICA	87	159
RESTO DEL MUNDO	625	-425

Fuente: Trade Map

La distribución y el consumo de nueces en Vietnam

Es importante destacar que las nueces se comercializan principalmente a través de canales "on trade" (70%), los cuales corresponden a tiendas boutique, restaurantes y hoteles de categoría y alto prestigio. Estos lugares son frecuentados por consumidores pertenecientes a la clase media alta y alta, turistas y extranjeros residentes. Mientras que el resto de la comercialización (30%) se hace a través de los canales "off trade", como los son los supermercados y tiendas especializadas. El hábito de consumir nueces en los vietnamitas se ha formado recientemente en los últimos 2-3 años, y cada vez está siendo mayormente desarrollado. Sin embargo, el nivel de conocimiento sobre las formas de cómo utilizar estos productos en la cocina diaria es muy bajo, la mayoría de los vietnamitas se los comen directamente y no saben cómo aplicarlos a otros platos, excepto cuando los comen en restaurantes o panaderías de alta calidad.



Las personas que consumen nueces pertenecen principalmente a un nivel socioeconómico medio-alto y en gran medida son expatriados occidentales que buscan llevar una vida saludable. No obstante, en la actualidad existe un pequeño grupo de vietnamitas, principalmente jóvenes y adultos jóvenes de la clase alta, que tienen preferencias por productos occidentales y una vida saludable.

■ Principales actores en la distribución

En canal hipermercado y supermercado se pueden encontrar varias marcas como: Aeon Mega Mart, MM Mega Mart, Aeon Fivimart, Aeon Citimart, An Phu, Big C, Co-opmart, Co-opExtra, Lotte Mart, Hapro, Intimex, K-Mart, Satra, Sapomart, Vincom y Vinmart. En tiendas gourmet están Annam Gourmet y Vedggy's. Tiendas de conveniencia son Circle K, Family Mart, B's Mart, Co-op Smile, Ministop, Shop & Go, Vinmart+. Y los wet markets se ocupan en los lugares centrales de cada distrito de la ciudad.

Participación de mercado Supermercados (Ventas de canales de retail en el área de alimentos en Vietnam, trillones VND)

Canal de retail	2015	2014	2013
Canales de Modernos	69.2	58.5	45.6
- Tiendas de conveniencia	2.3	1.6	1.2
- Hipermercados	27.2	23.2	14.7
- Supermercados	39.8	33.8	29.7
Canales Tradicionales	1,302.2	1,203.9	1,048.4
- Especialistas en comida/Hoteles/Restaurantes	32.0	28.3	23.5
- Tiendas independientes pequeñas	374.6	344.2	303.2
- Otros locales	895.6	831.4	721.7
TOTAL	1,371.4	1,262.4	1,094.0

Fuente: Euromonitor

Link web de supermercados:

- MM Mega Mart: <http://www.metro.com.vn/>
- Co-opmart: <http://www.co-opmart.com.vn/>
- Big C: <http://www.bigc.vn/>
- Vinmart: <http://www.adayroi.com/vinmart/>
- Aeon Citimart: <http://aeoncitimart.vn/>
- Aeon Fivimart: <http://www.fivimart.com.vn/>
- Lotte Mart: <http://www.lottemart.com.vn/>

■ Principales actividades y ferias especializadas para Nueces

Actividades ProChile – Nueces

- Apoyará a los exportadores en diversas labores, que permitirán penetrar y crecer en el mercado.
- Co-financian actividades de promoción, tales como participación en exhibiciones, realización de degustaciones, publicaciones en medios de comunicación, producción de materiales de promoción tanto en idioma local como en inglés, etc.
- Buscar un socio local que trabaje con los principales importadores y que sea la contraparte para promocionar los productos en los supermercados.



■ Normativas aplicables y requisitos importación. Links a fuentes

En la actualidad, el gobierno vietnamita está aplicando una política de restricción a las importaciones debido al elevado déficit comercial que ha registrado el país en los últimos años. Por lo tanto, se han dictado numerosas normas que apoyan esta política, las cuales repercuten en los exportadores de todo el mundo que mantienen o quieren iniciar negociaciones con importadores locales.

- Para licencia de importación: Ministerio de Comercio e Industria (MOIT) www.moit.gov.vn

- Para permiso fitosanitario: Departamento Nacional de Aseguramiento de la Calidad Agrícola Forestal y Pesquera (NAFIQAD) www.nafiqad.gov.vn

- Para estar en la lista de empresas autorizadas: Servicio de Agrícola y Ganadero (SAG) www.sag.cl

■ Conclusiones

- Las nueces se han introducido recientemente en el mercado vietnamita, pero los ciudadanos locales los perciben como productos gourmet y caros, por ende, sus consumidores son principalmente los extranjeros residentes, turistas, y los vietnamitas de mayor ingreso quienes se preocupan de su salud.

- Para tener éxito en la penetración de este mercado, se debe llegar con un producto de gran calidad y con formatos y empaque atractivos para la población vietnamita.

Para más información sobre la categoría de Uva fresca en Vietnam o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Oficoma Vietnam al e mail hphuong@prochile.gob.cl