



El Mercado de Uvas frescas en Vietnam

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



Uvas frescas en Vietnam. Un mercado potencial

Hay que destacar principalmente dos detalles que hacen que la Uva Fresca Chilena tenga un gran potencial en el mercado vietnamita:

- En primer lugar, la constante occidentalización en la dieta diaria da cada vez más oportunidades para la exportación de uva fresca, en particular los expatriados y los consumidores de clase media-alta y alta, los cuales tienden a consumir productos importados de gran calidad. En segundo lugar, la tendencia actual es que el consumidor Vietnamita está cada vez más preocupado por la salud, en particular de enfermedades como diabetes, colesterol e hipertensión.
- En este sentido, implementar un mayor consumo uva a la dieta diaria podría tener un positivo impacto en la salud de los consumidores. La Uva es una buena fuente de fibra dietética además de contener vitamina C, B6 y E.

Principales Países Proveedores.

De acuerdo a las cifras entregadas por Trade Map, durante 2016, Vietnam importó alrededor de \$220 millones de dólares de uvas frescas. De éstas, casi un 98% provienen de los proveedores como China, Estados Unidos, Australia, Sur África, Perú y Chile.

Exportaciones chilenas :

Las importaciones de uvas frescas desde Chile en 2016 disminuyeron en un 59% comparado con 2015 por el problema de certificación fitosanitaria entre dos países. Esto influyó en la exportación de uva fresca a Vietnam.

Análisis y comentarios

Las uvas chilenas ingresaron hace varios años al mercado y tienen una buena calidad. Es importante descartar que los precios cumplan un patrón en comparación a productos similares. Hay que tener en cuenta que el flete para Chile es más alto que el de sus competidores como China, Estados Unidos o Australia, 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	220.854	18
CHINA	161.853	13
ESTADOS UNIDOS	28.430	35
AUSTRALIA	14.761	1.690
SUR AFRICA	4.872	21
PERU	3.669	-60
CHILE	2.988	-59
RESTO DEL MUNDO	4.281	-46

Fuente: Trade Map

La distribución y el consumo de Uva fresca en Vietnam

Un 30% de la fruta fresca se comercializa por medio de canales "on trade" (tiendas boutique, restaurantes y hoteles de categoría y prestigio), que son frecuentados principalmente por consumidores pertenecientes a la clase media-alta y alta vietnamita, turistas y extranjeros residentes. El 70% restante de la comercialización, se realiza principalmente por medio de canales "off trade" (mercado mayorista, supermercados y tiendas de frutas).

El consumo de uva fresca es bastante alto por las características de la dieta asiática. Se prefieren consumir uva fresca como postre, ya sea comiéndola directamente, tomando un batido de leche o yogurt, acompañado de dulces o exprimido en un jugo. Además, se compra uva fresca para adornar el altar de la familia en las bodas, o para rendir tributo a los antepasados en los días de luna llena, en año nuevo lunar y en otras fiestas tradicionales.



■ 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 la Uva fresca

Actividades ProChile – Uvas frescas

- 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.

■ 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

- Como se ha visto, Vietnam es un de los mercado de uvas frescas más importante para Chile en el Sudeste Asiático. Por otro lado, hay que considerar que la competencia chilena es muy fuerte, en particular debido a China, Estados Unidos y Australia, quienes tienen la gran ventaja de estar más cerca de Chile de Vietnam. Debido a esto y a otros motivos más, se sugiere invertir tiempo y recursos en planificar cuidadosamente otras formas de ser competitivos.
- Chile posee grandes ventajas competitivas en su oferta exportable de uvas, que de ser administradas adecuadamente permitirían diferenciar la uva chilena y posicionarla en lo más alto en los mercados de destino.
- Por último, es fundamental estandarizar la calidad de la uva chilena, de manera de ofrecer a los potenciales consumidores una uva consistente y homogénea. En otras palabras, se debe buscar minimizar la variabilidad en la calidad de la uva.

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