



**Informe de mercado para uva fresca  
en Vietnam**

**(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ**

**Autor:** Manuel Zegarra

**Imágenes:** Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

## Contenido

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 1. Descripción del producto.....        | 4  |
| 2. Tamaño del mercado .....             | 9  |
| 3. Análisis de la demanda .....         | 17 |
| 4. Presentaciones y precios .....       | 21 |
| 5. Requisitos de acceso al mercado..... | 25 |
| 6. Canales de distribución.....         | 27 |
| 7. Contactos de interés.....            | 31 |

## 1. Descripción del producto

La uva fresca corresponde al fruto en baya de la vid, principalmente de la especie *Vitis vinifera* L., destinado al consumo directo. A diferencia de la uva para vinificación, se comercializa priorizando atributos visuales, textura, calibre, sabor, condición sanitaria y aptitud postcosecha.

### Breve historia de la vid

La vid cultivada (*Vitis vinifera* subsp. *vinifera*) es una de las especies frutales domesticadas más antiguas. La evidencia arqueológica y genética sitúa su domesticación hace aproximadamente 6,000 a 8,000 años en el Cercano Oriente, especialmente en la zona comprendida entre el Cáucaso, el mar Negro, el mar Caspio y el Creciente Fértil. Su ancestro silvestre es *Vitis vinifera* subsp. *sylvestris*.

Desde esta región, el cultivo se difundió hacia Egipto, Grecia y Roma. Los fenicios contribuyeron tempranamente a la expansión de variedades viníferas por el Mediterráneo, mientras que el Imperio romano consolidó el cultivo de la vid en Europa occidental.

La llegada de la vid europea a América estuvo vinculada a la colonización española. Los españoles introdujeron sarmientos y plantas de *Vitis vinifera* durante el siglo XVI, inicialmente en las islas del Caribe y posteriormente en México y Centroamérica. Desde allí, el cultivo se expandió hacia los territorios andinos y del sur del continente.

En el Perú, la introducción de la vid se habría producido hacia 1539, con plantas procedentes de Guatemala. Las primeras plantaciones se establecieron en Lima y, desde este núcleo inicial, el cultivo se difundió durante la década de 1540 hacia los valles de la costa sur y otros territorios de Sudamérica. La primera cosecha peruana se ubica tradicionalmente en 1541. La viticultura peruana se desarrolló inicialmente para la elaboración de vino y, más adelante, de aguardiente de uva o pisco; en la actualidad también sustenta una producción relevante de uva de mesa para exportación.

### Descripción fenológica de la vid

La vid es una planta perenne, leñosa y trepadora, cuyo ciclo anual alterna una fase de reposo vegetativo con una fase activa de crecimiento, floración, fructificación y maduración. Sus principales órganos son el sistema radicular, tronco, brazos o cordones, sarmientos, yemas, hojas, zarcillos, inflorescencias y racimos.

El ciclo fenológico puede dividirse en las siguientes etapas:

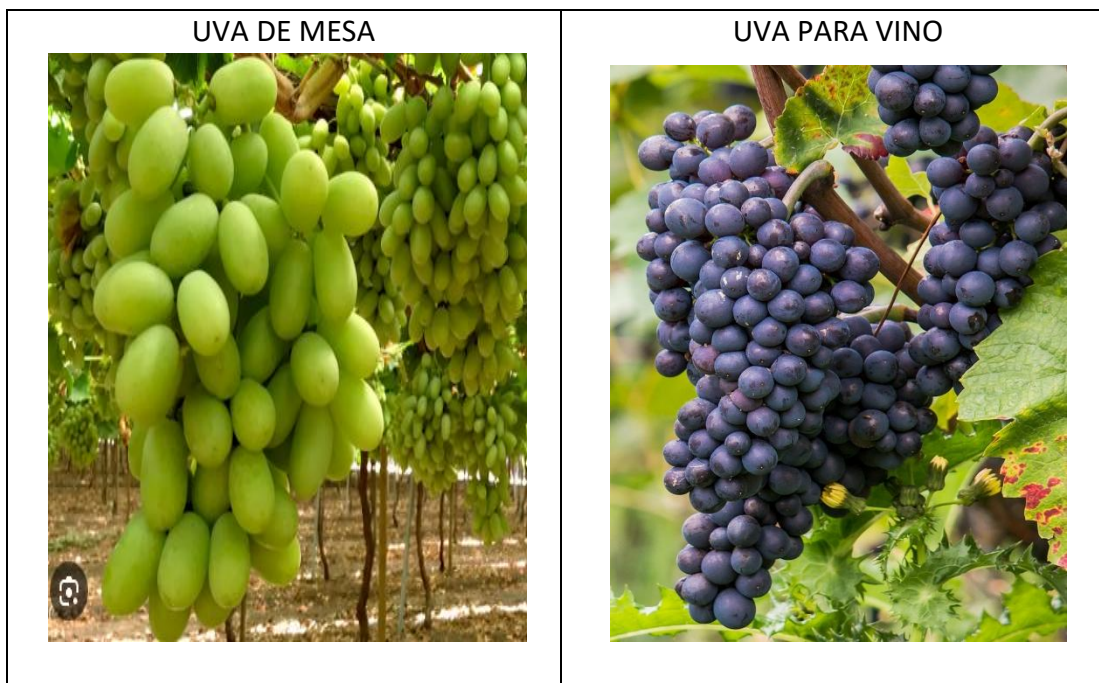
1. **Reposo vegetativo:** ocurre tras la caída de hojas; las yemas permanecen dormantes y la planta acumula reservas.
2. **Desborre o brotación:** las yemas se hinchan y emiten nuevos brotes, hojas e inflorescencias.
3. **Crecimiento vegetativo:** se desarrollan sarmientos, hojas y racimos; es una fase determinante para formar el área foliar y el potencial productivo.
4. **Floración:** apertura de flores y liberación del polen. En la mayoría de cultivares de *V. vinifera*, las flores son hermafroditas y autofértiles.
5. **Cuajado:** formación inicial de las bayas después de la fecundación.
6. **Crecimiento de la baya:** incremento del tamaño de la uva, con división y expansión celular.

7. **Envero:** cambio de color en las variedades pigmentadas y transición hacia la maduración; se acelera la acumulación de azúcares y disminuye la acidez.
8. **Maduración y cosecha:** se alcanza el equilibrio comercial o tecnológico requerido según el destino final.
9. **Senescencia y caída de hojas:** disminuye la actividad fotosintética y la planta retorna progresivamente al reposo.

**Tabla 01: Diferencias entre uva de mesa y uva para vino**

| Aspecto                | Uva de mesa fresca                                                                                                                   | Uva para vino                                                                                                                           |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo de producción | Consumo directo                                                                                                                      | Vinificación                                                                                                                            |
| Criterio de cosecha    | Madurez comercial: color, calibre, firmeza, dulzor, baja presencia de defectos y vida postcosecha                                    | Madurez tecnológica y fenólica: azúcares, acidez, pH, compuestos aromáticos, antocianos y taninos                                       |
| Tamaño de baya         | Grande a muy grande                                                                                                                  | Pequeña a mediana                                                                                                                       |
| Relación pulpa/piel    | Alta proporción de pulpa; piel generalmente delgada o media                                                                          | Mayor proporción relativa de piel, semillas y sólidos respecto a la pulpa                                                               |
| Racimo                 | Usualmente grande, uniforme y visualmente atractivo; puede ser suelto para reducir pudriciones                                       | Generalmente más pequeño y compacto, según la variedad y el estilo de vino buscado                                                      |
| Semillas               | El mercado privilegia variedades sin semilla o apirenas                                                                              | Normalmente con semilla; contribuyen con taninos y estructura, especialmente en vinos tintos                                            |
| Manejo agronómico      | Orientado a maximizar calibre, uniformidad, apariencia y condición postcosecha; frecuente uso de reguladores de crecimiento y raleo  | Orientado a controlar el rendimiento y concentrar componentes de calidad en la baya                                                     |
| Madurez requerida      | Usualmente se busca un contenido de sólidos solubles apto para consumo, frecuentemente superior a 14 °Brix, según variedad y mercado | Se busca el balance entre azúcar, acidez y madurez fenólica; en tintos importa especialmente la extracción potencial de color y taninos |
| Relevancia postcosecha | Muy alta: desgrane, deshidratación, pudriciones y daños mecánicos afectan directamente la venta                                      | Menor relevancia visual; normalmente la fruta se procesa poco después de cosechar                                                       |

**Imagen 01: Diferencias de uva de mesa y uva para vino**



En uva de mesa, la maduración se define principalmente por los atributos percibidos por el consumidor y por la capacidad de la fruta de soportar empaque, transporte y distribución. En cambio, en uva para vino, el momento de cosecha se determina por la composición del mosto y de los compuestos fenólicos, ya que estos definen el grado alcohólico potencial, el color, la estructura, la acidez y el perfil sensorial del vino.

#### Principales variedades de uva

Existen miles de cultivares de *Vitis vinifera*, resultado de selección, cruzamientos y propagación vegetativa. La diferenciación histórica entre uvas de mesa y uvas para vinificación ha generado grupos con atributos físicos y químicos claramente distintos.

**Tabla 02: Principales variedades de uva de mesa y uva para vino**

| Segmento | Variedad                     | Color predominante | Semilla     | Características principales                                         | Uso comercial                          |
|----------|------------------------------|--------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| Mesa     | Thompson Seedless / Sugraone | Verde-amarillo     | Sin semilla | Baya ovalada, dulce, jugosa; referente global de uva blanca apirena | Fresco, pasas y, en menor medida, jugo |
| Mesa     | Flame Seedless               | Roja               | Sin semilla | Baya pequeña a mediana, de maduración temprana                      | Consumo fresco                         |

| Segmento | Variedad           | Color predominante | Semilla     | Características principales                                                | Uso comercial                                   |
|----------|--------------------|--------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Mesa     | Crimson Seedless   | Roja               | Sin semilla | Baya alargada, firme, crocante y de alta vida poscosecha                   | Consumo fresco y exportación                    |
| Mesa     | Red Globe          | Roja rosada        | Con semilla | Baya muy grande, racimos vistosos, textura carnosa                         | Consumo fresco; relevante en mercados asiáticos |
| Mesa     | Autumn Royal       | Negra              | Sin semilla | Baya grande, negra, crocante y de sabor dulce                              | Consumo fresco                                  |
| Mesa     | Sweet Globe        | Verde              | Sin semilla | Baya grande, firme, crocante y de sabor neutro-dulce                       | Consumo fresco premium                          |
| Mesa     | Allison            | Roja               | Sin semilla | Baya roja, firme y crocante; buena productividad y conservación            | Consumo fresco y exportación                    |
| Mesa     | Italia             | Verde-amarillo     | Con semilla | Baya grande, sabor moscatel y buena tolerancia al manejo                   | Consumo fresco                                  |
| Vino     | Cabernet Sauvignon | Tinta              | Con semilla | Alta concentración de taninos, color y estructura; buena aptitud de guarda | Vinos tintos                                    |
| Vino     | Merlot             | Tinta              | Con semilla | Perfil más suave y frutal, taninos redondos                                | Vinos tintos y ensamblajes                      |
| Vino     | Syrah / Shiraz     | Tinta              | Con semilla | Color intenso, notas especiadas y buena estructura                         | Vinos tintos                                    |

| Segmento | Variedad        | Color predominante | Semilla     | Características principales                                                 | Uso comercial                                      |
|----------|-----------------|--------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Vino     | Malbec          | Tinta              | Con semilla | Color profundo, perfil frutal y taninos medios                              | Vinos tintos                                       |
| Vino     | Pinot Noir      | Tinta              | Con semilla | Piel relativamente fina, delicada expresión aromática y menor carga tánica  | Vinos tintos y espumosos                           |
| Vino     | Tempranillo     | Tinta              | Con semilla | Maduración relativamente temprana; equilibrio entre fruta, acidez y taninos | Vinos tintos                                       |
| Vino     | Chardonnay      | Blanca             | Con semilla | Versátil, con buena aptitud para fermentación y crianza                     | Vinos blancos y espumosos                          |
| Vino     | Sauvignon Blanc | Blanca             | Con semilla | Alta acidez y perfil aromático herbáceo, cítrico o tropical                 | Vinos blancos                                      |
| Vino     | Chenin Blanc    | Blanca             | Con semilla | Buena acidez y versatilidad para vinos secos, dulces y espumosos            | Vinos blancos                                      |
| Vino     | Moscatel        | Blanca rosada o    | Con semilla | Elevada intensidad aromática floral y frutal                                | Vinos dulces, aromáticos y pisco según el cultivar |

Para este informe enfocado en uva fresca, las variedades más relevantes son las apirenas —verdes, rojas y negras— debido a la preferencia creciente por facilidad de consumo, dulzor, apariencia homogénea y mayor vida útil. Las variedades con semilla, como Red Globe e Italia, conservan importancia en determinados nichos y mercados tradicionales.

#### **Propiedades nutricionales y beneficios de la uva fresca**

La uva fresca es una fruta de alto contenido de agua, fuente de carbohidratos naturales y compuestos bioactivos. Por cada 100 g de porción comestible, aporta aproximadamente 61 kcal, 80,3 g de agua, 15,6 g de carbohidratos, 1,5 g de fibra, 192 mg de potasio y 6 mg de vitamina C.

Su composición puede variar según la variedad, el color, el grado de madurez, las condiciones de cultivo y la presencia o ausencia de semillas. Las uvas rojas, moradas y negras suelen destacar por su contenido de pigmentos fenólicos, especialmente antocianinas, mientras que la piel y las semillas concentran una parte importante de los flavonoides y otros compuestos antioxidantes.

### Principales beneficios potenciales

- **Aporte energético natural:** contiene glucosa y fructosa, por lo que constituye una fuente rápida de energía.
- **Hidratación:** su elevado contenido de agua contribuye a la ingesta hídrica diaria.
- **Acción antioxidante:** contiene polifenoles, flavonoides, antocianinas y, en determinadas variedades, resveratrol; estos compuestos ayudan a proteger las células frente al estrés oxidativo.
- **Salud cardiovascular:** una dieta rica en frutas y vegetales, incluyendo uvas, puede contribuir a una alimentación cardioprotectora; los polifenoles de la uva se estudian por su potencial papel en la función vascular y la protección oxidativa.
- **Potasio y equilibrio hídrico:** el potasio participa en la función muscular, nerviosa y en el equilibrio de líquidos.
- **Fibra dietaria:** contribuye al tránsito intestinal y a la saciedad, aunque el contenido de fibra es moderado frente a otras frutas.
- **Vitamina C:** participa en funciones antioxidantes, inmunitarias y en la síntesis de colágeno.

Desde una perspectiva comercial, estas propiedades refuerzan el posicionamiento de la uva fresca como snack saludable, práctico y naturalmente dulce. No obstante, los beneficios dependen del patrón dietético total; la uva no debe presentarse como tratamiento o sustituto de una atención médica.

**Tabla 03 PERÚ: PARTIDA ARANCELARIA**

| Partida Arancelaria | Descripción                                |
|---------------------|--------------------------------------------|
| 08.06               | Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas |
| 08.06.10.00.00      | Frescas                                    |

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

## 2. Tamaño del mercado

### Producción nacional de uva fresca de mesa en Vietnam

Vietnam cuenta con producción doméstica de uva fresca, aunque en una escala muy reducida frente a los grandes productores mundiales. El cultivo de vid fue introducido en el país en 1960, cuando se plantaron las primeras variedades procedentes de zonas tropicales y templadas de Tailandia, Corea y Estados Unidos en el Instituto de Investigación Agrícola de Nha Ho. Según datos de la FAO/FAOSTAT, Vietnam se ubica entre los puestos 64 y 68 del ranking mundial de productores de uva, con una contribución de apenas 0.04 % de la producción global. Esto confirma

que, si bien existe producción, no constituye un cultivo de escala comercial relevante a nivel internacional, y el país depende fuertemente de importaciones para satisfacer su demanda interna.

### Regiones productoras

La producción de uva en Vietnam está altamente concentrada geográficamente en dos provincias de la costa centro-sur:

- **Ninh Thuận:** es la provincia líder y "capital de la uva" del país, con más del 80 % de la producción nacional. Su clima semiárido —el más seco de Vietnam, con precipitación anual de solo 650-750 mm, alta insolación (2800-2900 horas de sol al año) y temperaturas de 27-30°C— crea condiciones excepcionalmente favorables para la vid, similar a un desierto tropical. Dentro de la provincia, el cultivo se concentra en los distritos de Ninh Phước, Ninh Hải, Ninh Sơn, Thuận Nam y la ciudad de Phan Rang-Tháp Chàm.
- **Bình Thuận:** provincia vecina y segunda zona productora, aunque con un área mucho menor (alrededor de 100-250 ha según cifras históricas).
- Existen registros de áreas testimoniales en provincias del norte como Bắc Giang, Hà Tây, Hải Dương, Quảng Ninh y Vĩnh Phúc, principalmente para consumo local o procesamiento (vino y pasas), pero de escala marginal.

### Evolución de la producción en los últimos 5 años

Las cifras de tabla se han construido según los datos de FAOSTAT y estadísticas provinciales vietnamitas para complementar la información, ambas coinciden en un rango de 19,000 a 32,000 toneladas anuales a nivel nacional, con Ninh Thuận representando el grueso del volumen:

**Tabla 04: Producción nacional de uva en Vietnam**

| Año         | Producción nacional (Vietnam) | Producción Ninh Thuận             | Área cultivada (Ninh Thuận) |
|-------------|-------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| 2020        | ~27,500 t                     | ~26,000-28,000 t (promedio anual) | ~1000+ ha                   |
| 2021        | N/D                           | ~26,000-28,000 t                  | ~1000+ ha                   |
| 2022        | ~26,386 t                     | 25,705 t                          | 1052 ha                     |
| 2023        | N/D                           | Meta: 27,652 t                    | Meta: 1115 ha               |
| 2024        | 19,640 t                      | ~25,000 t                         | 972 ha (Q1 2024)            |
| 2025 (meta) | N/D                           | Meta: 44,160 t                    | Meta: 1770 ha               |

Fuente: FAOSTAT/Tridge/CEIC

Nota metodológica: existe dispersión entre fuentes internacionales (FAOSTAT/Tridge/CEIC, que reportan cifras nacionales entre 19,600 y 33,400 toneladas según el año) y estadísticas oficiales provinciales vietnamitas, que suelen reportar el rango estable de 25,000-28,000 toneladas anuales solo para Ninh Thuận. La tendencia de mediano plazo (2018-2024) muestra relativa estabilidad

con ligeras fluctuaciones, sin un crecimiento sostenido significativo. El gobierno provincial de Ninh Thuận ha planteado metas ambiciosas de expansión hacia 2025 (1770 ha, 44,160 toneladas) y 2030 (2000 ha, 51,300 toneladas), impulsadas por la adopción de estándares VietGAP, GlobalGAP y cultivo orgánico en aproximadamente 60 % del área.

### Principales variedades

Las variedades cultivadas en Vietnam son mayoritariamente de mesa (uva de consumo fresco), con dos tipos dominando cerca del 80 % del área sembrada en Ninh Thuận:

- **Red Cardinal (Cardinal roja):** variedad tradicional de piel roja-morada, la más extendida históricamente.
- **NH.01-48:** variedad local de forma ovalada, piel verde-amarillenta clara, pulpa suave y sabor dulce con muy baja acidez; desarrollada y promovida por institutos agrícolas locales.
- **Nho đỏ Ninh Thuận (uva roja tradicional):** de forma esférica, piel fina y brillante, color rojo intenso, sabor dulce con ligera acidez.
- **NH04-102 ("nho ngón tay đen" o uva sin semillas tipo "dedo negro"):** variedad sin semillas de alta calidad, aprobada oficialmente para producción comercial en Ninh Thuận y provincias vecinas de la costa centro-sur desde enero de 2025, con rendimientos potenciales de 11-20 toneladas/ha/temporada en cultivo intensivo.
- También se cultivan en menor escala uvas verdes y variedades sin semillas orientadas a diversificar la oferta.

Una parte menor del área se destina a variedades vinícolas ("nho rượu"), utilizadas por bodegas locales para elaborar vino, brandy, jarabe y vinagre de uva, aunque esta producción es marginal frente al total de uva de mesa.

### Factores que limitan la escala de la producción

Aunque Vietnam sí produce uva, varios factores explican por qué su producción se mantiene en una escala reducida frente a otros países:

- El área apta para el cultivo está restringida climáticamente a un nicho muy específico (zonas semiáridas de Ninh Thuận y Bình Thuận), lo que limita la expansión geográfica del cultivo a nivel nacional.
- El área de uva representa solo 3-3,5 % del área agrícola total de Ninh Thuận, evidenciando que sigue siendo un cultivo de nicho incluso en su región líder, aunque de alto valor económico relativo (18-20 % del valor de la producción agrícola provincial).
- La competencia de uva importada (principalmente desde China) a precios competitivos y con mayor variedad ha limitado los incentivos para expandir agresivamente la superficie doméstica.
- Persisten desafíos técnicos en escalamiento (control de plagas, tecnología de riego, certificaciones de calidad) que el gobierno provincial busca resolver mediante planes de expansión hacia estándares VietGAP/GlobalGAP/orgánico.

### Exportaciones

Vietnam exportó apenas 173 toneladas de uva fresca en 2025, equivalentes a solo USD 385 mil una cifra insignificante frente a su producción doméstica anual de entre 19,600 y 28,000 toneladas. Esto representa que menos del 1% de la producción nacional se destina a mercados de exportación, confirmando que Vietnam es un país prácticamente ausente del comercio internacional de uva de mesa.

La explicación se encuentra directamente en el vínculo entre oferta y demanda doméstica revisado en el punto anterior:

- **Volumen de producción insuficiente para exportar a escala:** con una producción nacional que oscila entre 19,600 y 28,000 toneladas anuales, concentrada en un área geográfica muy acotada (Ninh Thuận, ~1,000-1,100 ha), Vietnam no genera excedentes significativos para el mercado externo; prácticamente toda la cosecha se absorbe en el consumo interno.
- **Vietnam es estructuralmente un país importador neto de uva,** no exportador: el saldo comercial de 2025 fue de -USD 291,7 millones, es decir, sus importaciones superan en más de 750 veces el valor de sus exportaciones. Esto confirma que el país destina su producción doméstica al mercado local y cubre la brecha de demanda —sobre todo fuera de temporada— con importaciones masivas, principalmente desde China, como se verá en el punto de importaciones.
- **Variedades no orientadas a exportación:** las variedades dominantes (Red Cardinal, NH.01-48) fueron seleccionadas históricamente por su adaptabilidad al clima semiárido local y no por atributos de vida de anaquel, tamaño de baya o resistencia al transporte que exige el comercio internacional de uva de mesa premium (como las variedades sin semilla tipo Thompson, Crimson o Autumn Royal usadas por Perú, Chile o Sudáfrica).
- **Falta de infraestructura de postcosecha y certificación fitosanitaria a escala exportadora:** aunque hay avances con VietGAP/GlobalGAP en ~60 % del área de Ninh Thuận, la mayoría de la producción sigue orientada a venta directa en fresco para consumo local, turismo agrícola y procesamiento (vino, pasas), no a cadenas de exportación con protocolos de frío y trazabilidad internacional.

#### **Embarques residuales: destinos y perfil**

Los pocos envíos que sí se registran muestran un patrón claramente regional y de nicho, no de mercado consolidado:

**Tabla 05: Exportaciones de uva fresca de Vietnam 2025**

| País destino          | Valor 2025<br>(miles USD) | Volumen<br>(toneladas) | Participación     | Valor unitario<br>(USD/ton) |
|-----------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|-----------------------------|
| Camboya               | 192                       | 125                    | 49,9 %            | 1536                        |
| Hong Kong,<br>China   | 138                       | 39                     | 35,8 %            | 3538                        |
| Arabia Saudita        | 50                        | 8                      | 13,0 %            | 6250                        |
| Francia               | 3                         | 1                      | 0,8 %             | 3000                        |
| Irlanda /<br>Singapur | 1 cada uno                | 0                      | 0,3 % cada<br>uno | N/D                         |

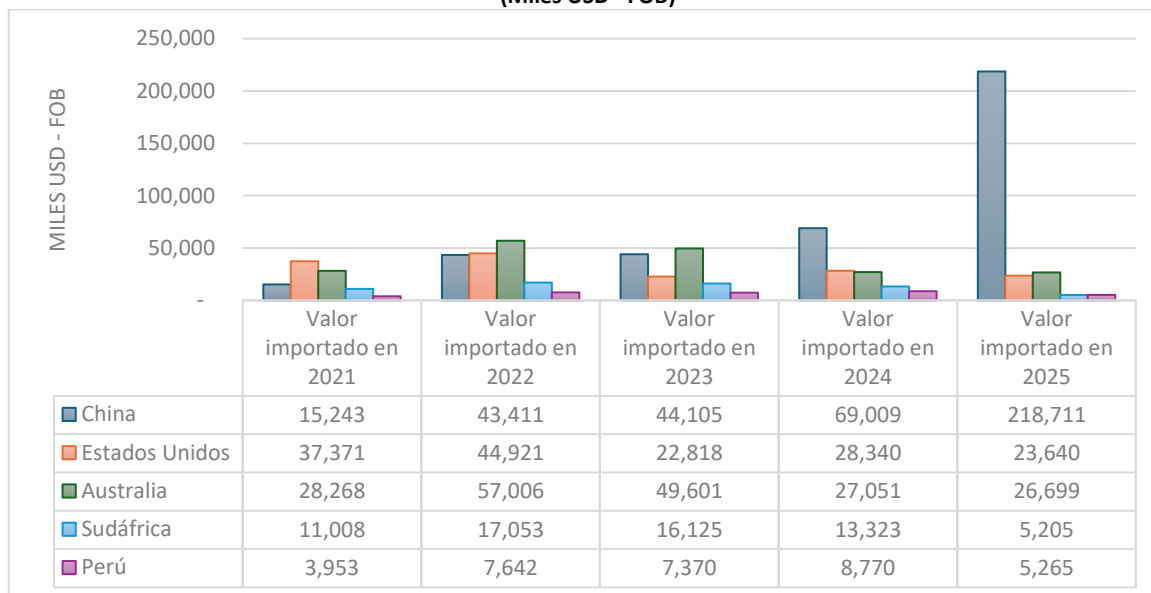
Fuente: TRADEMAP - ITC  
Elaboración: PROMPERÚ

- **Camboya** es el destino principal, absorbiendo la mitad del volumen exportado; se trata de comercio fronterizo/regional terrestre de bajo valor unitario (USD 1536/ton), consistente con flujos informales o de cercanía más que con exportación estructurada.
- **Hong Kong** representa el segundo destino en volumen, pero el de mayor valor relativo, sugiriendo un canal más orientado a reexportación o nichos de la diáspora vietnamita/asiática, con precios unitarios más altos (USD 3538/ton).
- **Arabia Saudita** muestra el valor unitario más alto (USD 6250/ton) pero un volumen mínimo (8 toneladas), lo que indica un envío puntual, probablemente de tipo comercial exploratorio o vinculado a comunidades específicas, sin continuidad de mercado establecida.
- Los demás destinos (Francia, Irlanda, Singapur) son montos simbólicos, prácticamente anecdóticos (1000 USD o menos), reflejando la ausencia total de una estrategia de exportación consolidada hacia mercados occidentales o de alto valor.

En conjunto, estos datos confirman que Vietnam no compite como origen exportador de uva fresca: su rol en el comercio internacional del producto es exclusivamente el de importador neto (como se verá a continuación), mientras que los pocos embarques que salen del país son flujos residuales de proximidad geográfica o cultural, sin relevancia estructural para el tamaño de mercado analizado.

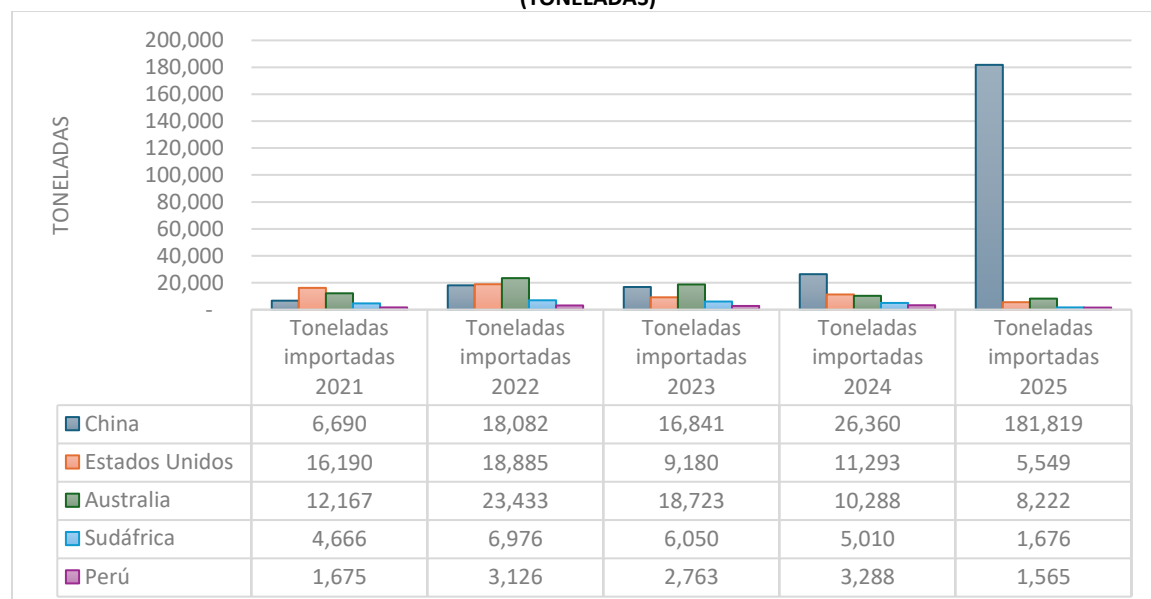
## Importaciones

**FIGURA 01: IMPORTACIONES P.A 0806.10 UVA FRESCA DEL MUNDO, 2021 - 2025**  
(Miles USD - FOB)



Fuente: TRADEMAP - ITC  
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 02: IMPORTACIONES P.A 0806.10 UVA FRESCA DEL MUNDO, 2021 - 2025**  
(TONELADAS)



Fuente: TRADEMAP - ITC  
Elaboración: PROMPERÚ

Vietnam es un país estructuralmente importador de uva fresca, y los datos de Trade Map confirman una explosión de esta dependencia en el último quinquenio, impulsada casi en su totalidad por un solo origen: China.

### **Crecimiento agregado**

Las importaciones totales de Vietnam pasaron de USD 111,3 millones en 2021 a USD 292,1 millones en 2025, lo que representa un CAGR de 27.3 % anual en valor. En volumen, el crecimiento fue aún más pronunciado: de 48,407 toneladas en 2021 a 202,450 toneladas en 2025, un CAGR de 43.0 % anual. Esta divergencia entre el crecimiento de menor valor de mayor volumen es la primera señal clave del análisis: el valor unitario promedio de la uva importada por Vietnam cayó de aproximadamente USD 2299/tonelada en 2021 a USD 1443/tonelada en 2025, una caída de 37 %. Esto indica que el mercado vietnamita se ha "abaratado" en su composición, sustituyendo progresivamente uva de mayor valor por uva de menor costo unitario, fenómeno que se explica casi enteramente por el cambio en el origen dominante de abastecimiento.

### **Origen dominante: la irrupción de China**

El hallazgo más determinante del período es la concentración abrumadora en China como proveedor. En 2021, China representaba solo USD 15,2 millones y 6690 toneladas (13,7% del volumen total); para 2025, se disparó a USD 218,7 millones y 181,819 toneladas, equivalente al 89,8 % de todo el volumen importado por Vietnam. El CAGR de China fue de 94,6 % en valor y un extraordinario 128,3 % en toneladas entre 2021 y 2025, muy por encima del crecimiento del mercado total, lo que evidencia que China no solo creció, sino que desplazó activamente a los demás proveedores. El valor unitario chino cayó de USD 2278/ton en 2021 a solo USD 1203/ton en 2025, el más bajo entre todos los orígenes relevantes, lo que explica por qué es tan competitivo: ofrece uva a precios muy por debajo del resto del mercado.

Las razones detrás de esta concentración en China son múltiples y se refuerzan entre sí:

- **Proximidad geográfica y logística terrestre:** la frontera compartida permite transporte por carretera/tren de corta distancia, con costos logísticos y tiempos de tránsito muy inferiores a los de proveedores del hemisferio sur (Perú, Chile, Sudáfrica), lo que reduce drásticamente el costo final y permite mayor frecuencia de abastecimiento.
- **Complementariedad estacional y varietal:** China ha impulsado fuertemente el cultivo de uva sin semilla de alta calidad (variedades como Shine Muscat/"Kyoho" y similares) con fuerte expansión productiva doméstica en años recientes, generando excedentes exportables a precios agresivos hacia mercados vecinos como Vietnam.
- **Acuerdos comerciales y facilitación arancelaria regional:** como socios del área de libre comercio ASEAN-China (ACFTA), los aranceles preferenciales reducen las barreras de entrada frente a orígenes no asiáticos.
- **Precio como factor decisivo del consumidor vietnamita masivo:** el bajo valor unitario chino (USD 1203/ton) resulta atractivo para un mercado de consumo masivo con alta sensibilidad al precio, en contraste con nichos premium que sí pagan más por otros orígenes.

### **Otros orígenes relevantes: contracción generalizada**

En marcado contraste con China, todos los demás proveedores importantes muestran caídas en volumen entre 2021 y 2025, aunque con comportamientos distintos en valor:

Estados Unidos, que en 2021 era el segundo proveedor en valor (USD 37,4 millones), cayó a USD 23,6 millones en 2025, perdiendo relevancia relativa frente al avance chino, aunque mantiene un valor unitario alto (USD 4260/ton en 2025) propio de uva premium sin semilla (variedades como Autumn Royal o Scarlotta). Australia y Sudáfrica muestran patrones similares de contracción de volumen, típico de proveedores de contraestación en el hemisferio sur que compiten en ventanas específicas del año pero que han perdido espacio frente al precio agresivo chino. Corea del Sur

registra la caída más pronunciada (-35,2 % CAGR en toneladas), posiblemente reflejando el fin de programas de exportación promocional o pérdida de competitividad frente a variedades similares producidas en mayor escala en China.

### Inferencia sobre variedades más importadas

El comportamiento de precios unitarios permite inferir el tipo de uva dominante en cada origen:

- **China (89,8 % del volumen, USD 1203/ton en 2025):** precio bajo y volumen masivo sugieren fuerte peso de variedades sin semilla de producción intensiva y gran escala (tipo Shine Muscat/Kyoho verde-amarilla y variedades rojas económicas), orientadas al consumo masivo cotidiano más que al segmento premium.
- **Estados Unidos (USD 4260/ton):** valor unitario elevado es consistente con variedades premium sin semilla de exportación certificada (Autumn Royal, Scarlotta Seedless, Sweet Globe), típicas de la industria californiana.
- **Corea del Sur (USD 10,265/ton en 2025, el más alto de la lista):** apunta claramente a la variedad Shine Muscat coreana/japonesa de alta gama, un producto de nicho gourmet con precios muy superiores al resto.
- **Perú, Chile, Sudáfrica, Australia (USD 2300-3400/ton):** rango de precio medio-alto compatible con variedades sin semilla de calidad de exportación estándar (Red Globe, Crimson Seedless, Timco, Sweet Celebration), enviadas en contraestación al hemisferio norte.

### Análisis sobre Perú

Las importaciones vietnamitas de uva peruana muestran un comportamiento diferenciado y relativamente resiliente frente al resto de proveedores no chinos. En volumen, Perú pasó de 1675 a 1565 toneladas entre 2021 y 2025 (CAGR de -1,7 %), una caída mucho más moderada que la de Estados Unidos, Sudáfrica o Corea. Sin embargo, en valor, Perú es el único proveedor no chino con crecimiento positivo: de USD 3,95 millones a USD 5,27 millones (CAGR +7,4 %), lo que indica una mejora relevante en el valor unitario, de USD 2360/ton en 2021 a USD 3364/ton en 2025 (+42,6 %). Esto sugiere que Perú no está compitiendo por volumen frente a China, sino consolidando un posicionamiento de mayor valor agregado, probablemente ligado a variedades sin semilla de calidad superior (Sweet Globe, Allison, Timco) certificadas para exportación.

Las razones que explican este comportamiento de las importaciones peruanas son las siguientes:

- **Complementariedad estacional:** Perú exporta en su temporada (octubre-marzo aproximadamente), coincidiendo con el receso productivo vietnamita (cosecha doméstica concentrada en ciertos meses) y con la ventana de contraestación del hemisferio norte, lo que le permite cubrir un nicho temporal específico sin competir de frente con la oferta masiva china.
- **Posicionamiento en el segmento de mayor valor:** el aumento del valor unitario indica que Perú está enviando variedades de mayor calidad/tamaño de baya, apuntando a un segmento de consumidores vietnamitas de mayor poder adquisitivo, distinto al mercado masivo abastecido por China.
- **Volumen relativamente pequeño y estable:** con una participación de apenas 0.8% del mercado en toneladas, Perú no depende del mercado vietnamita como destino prioritario, lo que explica la estabilidad más que el crecimiento agresivo; probablemente el mercado vietnamita funciona como un destino complementario dentro de la estrategia de diversificación exportadora peruana, no como mercado ancla.
- **Barreras de distancia y costo logístico frente a China:** el flete desde Perú es sustancialmente más caro que el terrestre chino, lo que limita la capacidad de competir

en volumen y refuerza la estrategia de enfocarse en variedades premium donde el precio final es menos determinante para la decisión de compra.

- **Riesgo de desplazamiento futuro:** dado el ritmo de expansión de la oferta china (ya con 89,8 % de participación), existe presión estructural sobre el espacio remanente para Perú y otros proveedores, por lo que sostener el diferencial de valor (calidad, certificaciones, variedades exclusivas) será clave para mantener su posición en este mercado.

**Tabla 06: Precios promedio anuales de importación miles 2021 - 2025 (USD/tonelada)**

| País           | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------|------|------|------|------|------|
| China          | 2278 | 2401 | 2619 | 2618 | 1203 |
| Estados Unidos | 2308 | 2379 | 2486 | 2510 | 4260 |
| Australia      | 2323 | 2433 | 2649 | 2629 | 3247 |
| Sudáfrica      | 2359 | 2445 | 2665 | 2659 | 3106 |
| Perú           | 2360 | 2445 | 2667 | 2667 | 3364 |

Fuente: TRADEMAP - ITC  
Elaboración: PROMPERÚ

El patrón es claro: entre 2021 y 2024 los cinco países mantenían precios unitarios muy similares y estables (en el rango de USD 2300-2700/tonelada), sin diferencias competitivas marcadas. El quiebre ocurre en 2025, cuando China colapsa su precio a USD 1203/ton (-54 % vs 2024) mientras los demás orígenes suben fuertemente sus precios (Estados Unidos +70 %, Perú +26 %, Sudáfrica +17 %, Australia +23 %). Esta divergencia de 2025 es la explicación directa detrás de la explosión de volumen chino: al ofrecer un precio drásticamente menor justo cuando el resto de proveedores subía el suyo, China se volvió imbatible en costo y capturó el 89,8 % del mercado vietnamita en toneladas ese año.

### 3. Análisis de la demanda

#### **Demanda aparente y consumo per cápita estimado**

La demanda aparente de uva fresca en Vietnam se calcula como producción nacional más importaciones menos exportaciones, y su evolución 2021-2025 revela un crecimiento explosivo concentrado en el último año del período. Partiendo de una producción doméstica relativamente estable (entre 19,600 y 27,000 toneladas según el año) y unas exportaciones prácticamente residuales (150-173 toneladas, sin impacto material en el balance), la demanda aparente pasó de aproximadamente 75,257 toneladas en 2021 a 226,277 toneladas en 2025, lo que arroja un CAGR de 31,7 % en el período, impulsado casi en su totalidad por el salto de las importaciones chinas.

En términos de consumo per cápita, considerando una población vietnamita que creció de 98,5 millones en 2021 a 101,6 millones en 2025, el consumo aparente por habitante pasó de aproximadamente 0,76 kg/persona/año en 2021 a un estimado de 2,23 kg/persona/año en 2025. Este nivel sigue siendo bajo en comparación con mercados maduros de consumo de uva (donde cifras de 3-5 kg/persona/año son comunes en economías con alto poder adquisitivo), lo que

sugiere que Vietnam todavía tiene un margen de crecimiento estructural significativo, no solo cíclico. Es importante notar que gran parte de este salto de 2025 corresponde a uva de menor valor unitario (China a USD 1203/ton), por lo que el crecimiento en volumen no necesariamente refleja un salto equivalente en gasto real del consumidor promedio, sino una ampliación del acceso a uva económica para segmentos más amplios de la población.

### **Perfil del consumidor: demográfico y geográfico**

El consumo de uva fresca en Vietnam está marcadamente concentrado en zonas urbanas y en segmentos de ingresos medios y medio-altos, con una geografía de demanda muy definida:

- Concentración geográfica en las tres principales áreas metropolitanas: Hanói, Ciudad Ho Chi Minh y Da Nang representan los mercados de mayor consumo, donde se registran los ingresos promedio más altos del país (VND 27,5 millones/mes en Ho Chi Minh City y VND 25,9 millones/mes en Hanói, frente a un promedio nacional de VND 21,9 millones).
- Perfil de ingresos: el segmento de clase media (hogares con ingresos entre VND 15-30 millones/mes) es hoy el grupo dominante y en expansión, proyectado a representar 26-30 % de la población hacia 2026, frente a solo 13 % en 2023. Este segmento es el principal comprador de fruta importada, incluyendo uva.
- Perfil generacional y de hogar: la demanda se concentra en hogares urbanos jóvenes-adultos con mayor exposición a supermercados y comercio electrónico, así como en consumidores preocupados por salud y bienestar, que ven la fruta fresca como categoría prioritaria de gasto dentro de la canasta de alimentos.
- Segmentación por poder adquisitivo y tipo de producto: existe una clara bifurcación entre un segmento premium (dispuesto a pagar más por uva de EE.UU., Corea o Sudáfrica con certificaciones GlobalGAP/USDA Organic) y un segmento masivo/precio-sensible que ha migrado hacia la uva china de menor costo, ampliando el acceso del producto a estratos de ingreso medio-bajo.

### **Hábitos de consumo, presentaciones y formas de consumo**

El consumo de uva fresca en Vietnam combina un uso cotidiano creciente con un fuerte componente cultural-festivo que sigue determinando picos de demanda:

- Canales de compra: los consumidores urbanos compran predominantemente en supermercados, cadenas de conveniencia y tiendas especializadas de fruta importada (Co.opmart, Kingfoodmart, AEON), aunque los mercados tradicionales ("mercados húmedos") siguen siendo relevantes fuera de las grandes ciudades.
- Uso dual: consumo directo y regalo: un hallazgo consistente en estudios de comportamiento del consumidor es que la fruta importada, incluida la uva, se compra tanto para consumo personal como para regalo (visitas a enfermos, obsequios en festividades), un patrón cultural distintivo del mercado vietnamita.
- Estacionalidad festiva marcada: el "Tết" (Año Nuevo Lunar) genera un pico de demanda muy pronunciado, donde la uva —junto con cerezas y cítricos— se posiciona como fruta "de lujo" para cestas de regalo y ofrendas familiares, aun cuando fuera de temporada se consume de forma más cotidiana.
- Presentación predominante: la uva se comercializa y consume mayoritariamente en fresco, sin procesar, en racimos empacados (clamshells o bolsas perforadas) en el canal

moderno, priorizando atributos visibles de frescura, tamaño de baya y ausencia de semillas.

- Segmentación de precio en el punto de venta: el mercado retail vietnamita clasifica la fruta importada en niveles claros —económico (VND 110,000-200,000/kg), medio (VND 200,000-320,000/kg) y premium (más de VND 320,000/kg)— y la uva se distribuye a lo largo de todo este espectro según origen y variedad.

### **Principales tendencias de consumo**

Varias tendencias estructurales están reconfigurando la demanda de uva fresca en Vietnam hacia el mediano plazo:

- Migración de "producto de lujo" a "producto cotidiano": representantes de cadenas de distribución confirman que la fruta importada, antes reservada para festividades, ahora se compra regularmente como parte de la compra semanal de los hogares urbanos, ampliando la base de consumo más allá de los picos estacionales.
- Creciente exigencia de trazabilidad y certificación: los consumidores vietnamitas —especialmente en Hanói, Ciudad Ho Chi Minh y Da Nang— muestran disposición a pagar más por productos con certificaciones GlobalGAP, USDA Organic o HACCP, valorando el origen como garantía de seguridad alimentaria frente a la percepción de menor confianza hacia el origen chino.
- Polarización entre premium y masivo: mientras crece la demanda por variedades sin semilla premium (uva coreana Shine Muscat a USD 10,265/ton, o uva estadounidense a USD 4260/ton en 2025), simultáneamente se expande con fuerza el segmento masivo abastecido por uva china de bajo costo, evidenciando una bifurcación clara del mercado más que una convergencia hacia un segmento medio único.
- Diversificación de orígenes más allá de China: pese al dominio chino actual, existe una tendencia de fondo hacia la diversificación con Australia, Nueva Zelanda y Corea del Sur ganando visibilidad en cadenas modernas, motivada por percepciones de mayor seguridad alimentaria.
- Canal moderno y digital como motor de crecimiento: la expansión de supermercados, plataformas de e-commerce y modelos omnicanal está acelerando el acceso a fruta importada en ciudades secundarias, ampliando geográficamente la base de consumidores más allá de las tres metrópolis principales.
- Creciente consumo per cápita de fruta fresca en general: el mercado vietnamita de frutas y vegetales frescos se proyecta crecer de USD 18,5 mil millones (2026) a USD 25,4 mil millones hacia 2031 (CAGR 6,53 %), con el aumento del consumo per cápita doméstico como uno de los principales motores identificados.

### **Proyección de demanda potencial: próximos 3 a 5 años**

Con base en la demanda aparente 2025 (~226,277 toneladas) como línea base, y considerando que el crecimiento histórico 2021-2025 (CAGR 31,7 %) estuvo fuertemente distorsionado por el salto atípico de las importaciones chinas en 2025 —que difícilmente es sostenible a ese ritmo de forma indefinida—, se plantean tres escenarios de proyección hacia 2028 y 2030:

**Tabla 07: Estimación de demanda potencial de uva fresca 2026 – 2030 (toneladas)**

| Escenario                                     | CAGR asumido | Demanda proyectada 2028 (ton) | Demanda proyectada 2030 (ton) |
|-----------------------------------------------|--------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Conservador (normalización post-2025)         | 10,0 %       | ~301,175                      | ~364,421                      |
| Moderado (crecimiento estructural sostenido)  | 18,0 %       | ~371,780                      | ~517,667                      |
| Agresivo (continuidad de tendencia histórica) | 31,7 %       | ~516,890                      | ~896,539                      |

Fuente: PROMPERU, basada en demanda aparente 2021-2025 calculada previamente.

El escenario moderado (CAGR ~18 %) resulta el más razonable como referencia central, dado que combina: (i) el crecimiento estructural de la demanda de fruta importada en Vietnam (CAGR histórico de 16,6 % en valor para fruta y verdura importada 2015-2024), (ii) la expansión sostenida de la clase media urbana (proyectada a 26-30 % de la población hacia 2026), y (iii) una moderación esperada del ritmo de crecimiento chino tras el salto extraordinario de 2025, que difícilmente se repetirá con la misma magnitud año tras año. El escenario conservador refleja una posible corrección de precios/volumen si China ajusta su estrategia de precios agresivos, mientras que el agresivo asume que la dinámica de 2025 se mantiene sin cambios, escenario menos probable pero no descartable dado el ritmo de expansión productiva china observado. En cualquiera de los tres escenarios, la tendencia de fondo es inequívocamente alcista, reforzando que Vietnam se consolidará como un mercado de importación creciente para uva fresca en el mediano plazo, con oportunidades de posicionamiento diferenciado para proveedores como Perú en el segmento de mayor valor agregado.

#### 4. Presentaciones y precios

| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|
|    | Nombre del Producto                | Uva negra (sin semilla)  |
|                                                                                     | Presentación                       | Clamshell                |
|                                                                                     | Marca                              | -                        |
|                                                                                     | Precio                             | VND 149,000 (USD 5,72)   |
|                                                                                     | Peso Neto                          | 450 g                    |
|                                                                                     | País de Producción                 | Estados Unidos           |
|                                                                                     | País de Distribución               | Vietnam                  |
|                                                                                     | Fecha de Lanzamiento               | 2026                     |
| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                          |
|  | Nombre del Producto                | Uvas verdes y negras     |
|                                                                                     | Presentación                       | Clamshell (Autumn Crisp) |
|                                                                                     | Marca                              | -                        |
|                                                                                     | Precio                             | VND 149,000 (USD 5,72)   |
|                                                                                     | Peso Neto                          | 450 g                    |
|                                                                                     | País de Producción                 | Estados Unidos           |
|                                                                                     | País de Distribución               | Vietnam                  |
|                                                                                     | Fecha de Lanzamiento               | 2026                     |

| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|
|    | <b>Nombre del Producto</b>         | Uva verde (sin semilla)    |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Fresca                     |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | POLAR                      |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 299,000 (USD 11,48)    |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 1 kg                       |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | Estados Unidos             |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                    |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                       |
| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                            |
|  | <b>Nombre del Producto</b>         | Uvas verdes - Shine Muscat |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Fresca                     |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | -                          |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 79,000 (USD 3,03)      |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 450 g                      |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | China                      |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                    |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                       |

| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|
|    | <b>Nombre del Producto</b>         | Uvas rojas - Crimson      |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Clamshell                 |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | -                         |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 99,000 (USD 3,80)     |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 450 g                     |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | Australia                 |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                   |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                      |
| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                           |
|  | <b>Nombre del Producto</b>         | Uvas negras – sin semilla |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Bolsa                     |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | Helloo                    |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 229,000 (USD 8,78)    |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 1 kg                      |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | Australia                 |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                   |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                      |

| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
|    | <b>Nombre del Producto</b>         | Uvas de vino – Kyoho    |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Clamshell               |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | -                       |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 299,000 (USD 11,48) |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 450 g                   |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | Corea                   |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                 |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                    |
| FOTO DE REFERENCIA                                                                  | INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO |                         |
|  | <b>Nombre del Producto</b>         | Uva verde               |
|                                                                                     | <b>Presentación</b>                | Fresca                  |
|                                                                                     | <b>Marca</b>                       | -                       |
|                                                                                     | <b>Precio</b>                      | VND 329,000 (USD 12,63) |
|                                                                                     | <b>Peso Neto</b>                   | 1 kg                    |
|                                                                                     | <b>País de Producción</b>          | Perú                    |
|                                                                                     | <b>País de Distribución</b>        | Vietnam                 |
|                                                                                     | <b>Fecha de Lanzamiento</b>        | 2026                    |

## 5. Requisitos de acceso al mercado

### Entidad reguladora y su función

La importación de fruta fresca, incluida la uva, hacia Vietnam está regulada principalmente por el Departamento de Protección Vegetal (Plant Protection Department, PPD), dependiente del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MARD, Ministry of Agriculture and Rural Development). Esta entidad cumple varias funciones críticas dentro del sistema de acceso al mercado:

- Autorización de países exportadores: el PPD determina qué países están habilitados para exportar productos vegetales frescos a Vietnam, mediante un proceso de negociación bilateral de análisis de riesgo de plagas (pest risk analysis) que culmina en un protocolo fitosanitario específico por producto y país de origen.
- Emisión y verificación de licencias de cuarentena: para productos incluidos en la lista de objetos sujetos a análisis de riesgo de plagas previo a la importación, el PPD exige una licencia de cuarentena vegetal de importación (import plant quarantine license) emitida por la autoridad central de protección vegetal de Vietnam antes de que el producto pueda ingresar.
- Supervisión de inspecciones fitosanitarias en frontera: cada envío debe pasar por una inspección fitosanitaria en el punto de ingreso, verificando la vigencia y validez del Certificado Fitosanitario emitido por la autoridad del país exportador.
- Monitoreo de inocuidad alimentaria post-ingreso: en coordinación con el Decreto 15/2018/ND-CP sobre la Ley de Seguridad Alimentaria, el PPD ejecuta un Programa Anual de Monitoreo de Seguridad Alimentaria de Alimentos de Origen Vegetal Importado, que analiza residuos de pesticidas y otros criterios de inocuidad, aplicando métodos de inspección reducida, estándar o estricta según el nivel de riesgo evaluado para cada partida/origen.

### Requisitos arancelarios y no arancelarios para Perú

#### Tratamiento arancelario preferencial

Perú goza de una ventaja estructural clave frente a competidores no asiáticos: al ser miembro del CPTPP (vigente para Perú desde el 19 de septiembre de 2021), la uva fresca peruana (partida 08061000) ingresa a Vietnam con arancel preferencial de 0 %, frente al arancel NMF (Nación Más Favorecida) general de 8 % que enfrentan países sin acuerdo comercial, como Estados Unidos y Sudáfrica. Este es el "tratamiento especial" más relevante para el ingreso de uva peruana: Perú comparte esta condición de arancel cero con Australia y Chile (también miembros CPTPP) y con Corea del Sur (vía el acuerdo regional ASEAN-Corea), mientras que la Unión Europea solo accedía con 2,5 % en 2022, reduciéndose a 0 % desde 2023 bajo el EVFTA. Esta condición representa una ventaja competitiva estructural de Perú frente a EE.UU. y Sudáfrica, aunque no supera la ventaja logística de China (que, si bien no tiene arancel preferencial CPTPP, compensa con proximidad geográfica y costos de flete mínimos).

### Requisitos no arancelarios (fitosanitarios y regulatorios)

Para que Perú pueda exportar uva fresca a Vietnam, deben cumplirse las siguientes condiciones no arancelarias, estructuradas en tres niveles:

- Registro previo del país exportador: el exportador debe originarse en un país/territorio que tenga registrado formalmente el producto de origen vegetal ante el MARD, conforme a la Circular No. 30/2014/TT-BNNPTNT. Perú ya cuenta con antecedentes de trabajo bilateral con Vietnam en materia fitosanitaria para uva de mesa. Recientemente logró la aprobación de un

protocolo fitosanitario para mandarinas peruanas hacia Vietnam (2024), lo que evidencia una relación bilateral activa en negociación de protocolos.

- Protocolo fitosanitario específico producto-país: cada envío debe cumplir con un protocolo de requisitos fitosanitarios de importación (phytosanitary import requirements) negociado específicamente para uva de mesa desde Perú, que suele incluir: inscripción de huertos y plantas de empaque en el sistema de registro fitosanitario del SENASA, tratamientos cuarentenarios contra plagas de interés cuarentenario para Vietnam (frío y/o fumigación, según el perfil de riesgo acordado), inspecciones de campo y de packing antes de la cosecha, y tolerancia cero o mínima a plagas reguladas. El caso de Chile (que ya tiene protocolo vigente con Vietnam desde 2024) ofrece una referencia comparable: exige registro de huertos y packing en el sistema SAG, tratamiento con bromuro de metilo o tratamiento de frío (pulpa a  $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$  durante 6 días en tránsito), inspección fitosanitaria pre-embarque, y una declaración adicional obligatoria en el Certificado Fitosanitario que confirme el cumplimiento del protocolo específico Chile-Vietnam. Es previsible que Perú deba negociar y cumplir un protocolo de estructura similar, adaptado a las plagas cuarentenarias relevantes para su territorio.
- Certificado Fitosanitario obligatorio por envío: cada partida requiere un Certificado Fitosanitario vigente (válido por un año desde su emisión) emitido por la autoridad competente del país exportador —en el caso de Perú, el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria)— confirmando que el envío está libre de plagas y organismos nocivos, conforme al Artículo 2 de la Circular No. 48/2019/TT-BNNPTNT.
- Inspección de inocuidad alimentaria en frontera: bajo el Decreto 15/2018/ND-CP, cada partida de uva importada está sujeta a inspección de seguridad alimentaria (documental, estándar o estricta con muestreo de residuos de pesticidas), cuyo nivel de rigor depende del historial de cumplimiento del origen y del perfil de riesgo asignado por el PPD.
- Empaque conforme a normativa fitosanitaria: si se utiliza embalaje de madera, debe cumplir con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias No. 15 (ISPM 15).

### **Documentos obligatorios y recomendados**

Para la exportación de uva fresca desde Perú hacia Vietnam, la documentación se agrupa en documentos obligatorios de comercio internacional/aduana y documentos específicos fitosanitarios/de origen:

Documentos obligatorios:

- Certificado Fitosanitario (Phytosanitary Certificate): emitido por SENASA, confirmando ausencia de plagas cuarentenarias y cumplimiento del protocolo específico Perú-Vietnam; debe incluir declaraciones adicionales según lo acordado en el protocolo bilateral (nombre botánico, variedad, tratamiento aplicado si corresponde).
- Factura Comercial (Commercial Invoice): refleja el valor de la mercancía para efectos de liquidación de tributos aduaneros vietnamitas.
- Lista de Empaque (Packing List): detalla empaque, peso, cantidad de cajas y códigos de producto por envío.

- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading): documento de transporte marítimo que certifica el envío desde Perú hasta Vietnam.
- Certificado de Origen (C/O) bajo CPTPP: indispensable para acceder al arancel preferencial de 0%; en el marco CPTPP, la certificación de origen puede ser completada por el importador, exportador o productor, sin formato prescrito obligatorio, pero debe cumplir un conjunto mínimo de datos requeridos. En Vietnam se regula adicionalmente por el Decreto No. 31/2018/ND-CP y la Circular No. 05/2018/TT-BCT.
- Declaración Aduanera (Customs Declaration): presentada electrónicamente a través del sistema VNACCS (Vietnam Automated Cargo and Port Consolidated System), conforme al Decreto No. 08/2015/ND-CP y la Circular No. 38/2015/TT-BTC.
- Contrato de Compraventa (Sales Contract): especifica cantidad, calidad, precio y condiciones de entrega/pago entre exportador peruano e importador vietnamita.

Documentos recomendados/adicionales según buenas prácticas:

- Reporte de tratamiento cuarentenario (si el protocolo exige frío o fumigación), incluyendo registro de calibración de sondas de temperatura y bitácora de tratamiento, siguiendo el estándar ya aplicado por Perú en protocolos similares hacia otros mercados asiáticos exigentes (como China).
- Registro y croquis del predio/huerto de producción y planta de empaque, certificados ante SENASA con anticipación (recomendado iniciar el proceso 30 días antes de cosecha), incluyendo anexo de manejo fitosanitario y registro de aplicaciones de plaguicidas.
- Certificado de fumigación (si aplica embalaje de madera), conforme a ISPM 15.
- Documentación de trazabilidad y monitoreo de plagas por productor/lote, que puede ser solicitada por el PPD vietnamita durante inspecciones fitosanitarias adicionales, como ya ocurre con Chile en su protocolo vigente.
- Certificación de calidad/inocuidad complementaria (GlobalGAP, HACCP u orgánico), no obligatoria legalmente pero cada vez más valorada por el consumidor vietnamita urbano de mayor poder adquisitivo, y con creciente relevancia diferenciadora en el segmento premium identificado en el análisis de demanda.

En síntesis, Perú cuenta con una ventaja arancelaria estructural clara vía CPTPP (0% de arancel) y con un historial bilateral favorable en materia fitosanitaria con Vietnam, pero el paso crítico pendiente para consolidar el acceso pleno de la uva de mesa peruana es la formalización de un protocolo fitosanitario específico Perú-Vietnam para esta partida —similar al ya vigente para Chile desde 2024— que defina con precisión los tratamientos cuarentenarios exigidos y las declaraciones obligatorias en el Certificado Fitosanitario.

## **6. Canales de distribución**

### **Estructura general de comercialización**

La cadena de comercialización de fruta fresca importada, incluida la uva, en Vietnam sigue un modelo multinivel que combina un canal tradicional dominante en volumen con un canal moderno de rápido crecimiento en valor. La estructura típica sigue la secuencia: importador/mayorista de frontera o puerto → mercado mayorista central → distribuidor/mayorista secundario → punto de venta al consumidor final (mercado tradicional, supermercado, tienda de conveniencia o e-commerce). El mercado de frutas y verduras vietnamita en su conjunto se valora en USD 18,510 millones (2026), proyectado a USD 25,400 millones hacia 2031 (CAGR 6,53 %), con el canal

moderno de retail ganando participación de forma sostenida frente al canal tradicional, aunque este último sigue siendo predominante en volumen total transaccionado.

Un rasgo distintivo de la estructura vietnamita es la coexistencia de dos sistemas paralelos: el sistema de mercados mayoristas nocturnos (que opera bajo un esquema informal-semiformal con alta rotación y bajo margen) y el sistema de retail moderno (supermercados e hipermercados, con mayor control de calidad, trazabilidad y márgenes superiores). Para un producto de alto valor unitario y perecibilidad como la uva importada, el canal moderno tiende a captar el segmento premium (uva de EE.UU., Corea, Perú), mientras que el canal tradicional absorbe mayoritariamente uva de origen chino de menor costo, en línea con la polarización de precios identificada en el análisis de importaciones.

### **Principales importadores y comercializadores**

El segmento de importación de fruta fresca en Vietnam está compuesto por un número relativamente amplio de empresas comerciales especializadas en importación agroalimentaria, sin una concentración dominante en pocos actores. Entre los perfiles más relevantes identificados se encuentran:

- Empresas comercializadoras especializadas en fruta importada: compañías como VAGRIMEX (Viettuan Agricultural Import Export), European Import Export Company, Tien Thinh Phat Import Export y Minh Viet Import Export, con base operativa en Hanói y Hải Phòng, dedicadas a la importación y distribución mayorista de productos agrícolas frescos.
- Asociación gremial de referencia: la Asociación de Frutas y Vegetales de Vietnam (Vietnam Fruit & Vegetables Association, VINAFRUIT), con sede en Ciudad Ho Chi Minh, actúa como entidad articuladora del sector y punto de contacto para negociaciones comerciales y promoción de importaciones.
- Comercializadores mayoristas del canal tradicional: operan directamente en los mercados mayoristas nocturnos, comprando en volumen a importadores/agentes de frontera y redistribuyendo a minoristas y vendedores ambulantes.
- Cadenas de retail moderno como comercializador directo: las grandes cadenas (WinMart/WinCommerce, Saigon Co.op, AEON, Central Retail/GO!, Lotte Mart, MM Mega Market) frecuentemente importan directamente o mediante proveedores exclusivos para asegurar trazabilidad y calidad, funcionando simultáneamente como importador-distribuidor-punto de venta integrado.

### **Canales de comercialización y puntos de venta al consumidor final**

El acceso de la uva fresca importada al consumidor final vietnamita se realiza a través de una combinación de canal tradicional y canal moderno, con marcadas diferencias de escala, segmento de precio y perfil de comprador:

Mercados mayoristas centrales (primer eslabón post-importación):

- Mercado de Long Biên (Hanói): el mayor mercado mayorista de fruta del norte de Vietnam, ubicado en el distrito de Ba Đình junto al puente Long Biên; opera de forma

nocturna (10 pm a 4 am), alberga 1087 negocios (77 % dedicados a fruta y verdura) y recibe entre 250 y 300 toneladas diarias de productos agrícolas.

- Mercado mayorista de Thủ Đức (Ciudad Ho Chi Minh): el mayor centro mayorista de fruta del sur de Vietnam, con 20 hectáreas de extensión, ubicado sobre la autopista Transasiática; recibe cientos de toneladas diarias provenientes de las regiones del Delta del Mekong y del este del país, además de fruta importada.
- Mercado de Bình Điền (Ciudad Ho Chi Minh): otro centro mayorista relevante en el distrito 8, complementario a Thủ Đức para la distribución en el sur.

Canal minorista tradicional:

- Mercados húmedos ("wet markets") de barrio y puestos de venta callejera, que reciben producto desde los mayoristas centrales y lo redistribuyen a nivel de proximidad; siguen siendo el canal de mayor volumen fuera de las grandes ciudades.

Canal moderno (retail organizado):

- WinMart / WinMart+ (ex VinMart, del grupo Masan/WinCommerce): la cadena líder con más de 130 supermercados WinMart y más de 3200 tiendas de conveniencia WinMart+ a nivel nacional, reconocida como "Retailer del Año" en fruta fresca por sus avances en la categoría.
- Saigon Co.op (Co.opMart): cadena local con 128 supermercados en 43 provincias, fuerte presencia en Ciudad Ho Chi Minh.
- AEON: cadena japonesa con 8 grandes centros comerciales en Ciudad Ho Chi Minh, Hanói, Bình Dương y Hải Phòng, además de formatos más pequeños AEON MaxValue/Citimart, posicionada en el segmento de fruta importada de calidad.
- Central Retail (GO!, ex Big C): cadena tailandesa con 38 tiendas GO! a nivel nacional.
- Lotte Mart y MM Mega Market: cadenas coreana y alemana respectivamente, con presencia relevante en el segmento de hipermercados.
- Canal e-commerce y omnicanal: plataformas digitales y modelos de entrega directa están ampliando el acceso a fruta importada en ciudades secundarias, tendencia identificada como motor de crecimiento adicional del mercado.

### **Logística para el ingreso de uva fresca a Vietnam**

El ingreso físico de uva fresca importada a Vietnam depende de infraestructura portuaria, aeroportuaria y de cadena de frío concentrada en los dos polos económicos del país:

- Puerto de Cat Lai (Ciudad Ho Chi Minh): es el puerto de contenedores más importante de Vietnam y la principal puerta de entrada marítima para fruta fresca destinada al mercado del sur, incluyendo la distribución hacia el mercado mayorista de Thủ Đức.
- Puerto de Hải Phòng: principal puerto del norte de Vietnam, puerta de entrada para la distribución hacia Hanói y el mercado de Long Biên; junto con Cat Lai, concentra la mayor

inversión reciente en infraestructura de almacenamiento refrigerado (cold storage) del país.

- Aeropuertos internacionales (Tân Sơn Nhất y Nội Bài): relevantes para envíos de menor volumen y mayor valor unitario, o para variedades premium que requieren tiempos de tránsito más cortos, complementando la infraestructura de cadena de frío junto a los puertos marítimos.
- Pasos de frontera terrestre con China: canal logístico crítico para el flujo masivo de uva china (que en 2025 representó 89,8 % del volumen importado), a través de puntos como la Puerta Internacional de Kim Thành (Lào Cai) y otros pasos terrestres del norte, permitiendo tiempos de tránsito mínimos frente al transporte marítimo desde orígenes lejanos.
- Proceso de despacho aduanero: se gestiona mediante el sistema electrónico VNACCS; en condiciones normales (canal verde) el despacho puede completarse en 1 día, mientras que envíos sujetos a inspección física o documental pueden tomar de 2 a 3 días adicionales.
- Cadena de frío (cold chain) para uva importada por vía marítima desde el hemisferio sur: dado que Perú, Chile, Sudáfrica y Australia envían por transporte marítimo de larga distancia, la disponibilidad de almacenamiento refrigerado cerca de los puertos (Cat Lai, Hải Phòng) resulta crítica para preservar la calidad de la fruta antes de su distribución a mercados mayoristas y retail, siendo esta infraestructura un área de inversión activa en el país.

En conjunto, la estructura de comercialización vietnamita ofrece a un exportador peruano dos rutas de entrada complementarias: el canal tradicional vía mercados mayoristas (Long Biên, Thủ Đức), de mayor volumen pero menor control de trazabilidad y márgenes más ajustados, y el canal moderno vía cadenas de retail organizado (WinMart, Co.opMart, AEON, Lotte Mart), que ofrece mejor posicionamiento para uva premium certificada, mayor estabilidad de precio y alineación directa con el segmento de consumidor urbano de mayor poder adquisitivo identificado en el análisis de demanda.

## **Conclusión**

Vietnam es un mercado de uva fresca estructuralmente importador y de rápido crecimiento (demanda aparente con CAGR de 31,7 % entre 2021-2025), pero dominado casi por completo por China (89,8 % del volumen en 2025) gracias a precios agresivos, mientras que su producción doméstica es marginal y sus exportaciones prácticamente nulas; para Perú, que ya mantiene un nicho estable de mayor valor agregado (único proveedor no chino con crecimiento positivo en valor, +7,4 % CAGR) y cuenta con ventajas de acceso vía arancel 0 % del CPTPP y antecedentes fitosanitarios favorables, la oportunidad no está en competir por volumen frente a China, sino en consolidar su posicionamiento premium mediante el cierre de un protocolo fitosanitario específico para uva, el aprovechamiento de la complementariedad estacional y una mayor presencia en el canal moderno de retail (AEON, Kingfoodmart, LOTTE Mart) orientado al consumidor urbano de mayor poder adquisitivo.

## 7. Contactos de interés

- FAO. Grape Production in Viet Nam — <https://www.fao.org/4/x6897e/x6897e0b.htm>
- Bộ Công Thương (MOIT). Nho Ninh Thuận — <https://moit.gov.vn/tu-hao-hang-viet-nam/nho-ninh-thuan-an-mot-lan-ma-nho-mai.html>
- Vietnam.travel. Visit the vineyards of Ninh Thuan — <https://vietnam.travel/things-to-do/visit-vineyards-ninh-thuan>
- Reportlinker. Vietnam Grape Industry Outlook 2022-2026 — <https://www.reportlinker.com/clp/country/2942/726357>
- Tridge. Vietnam Fresh Grape: Suppliers & Market Trends — <https://www.tridge.com/tridge-woods/fresh-grape/VN>
- VNA (Vietnamplus). Ninh Thuan takes grape production to next level — <https://en.vietnamplus.vn/ninh-thuan-takes-grape-production-to-next-level->
- Vinerra. Discover the Ninh Thuận wine region of Vietnam — <https://www.vinerra.com/wine-region/vietnam-ninh-thuan>
- VietnamNet. Ninh Thuận: Hấp dẫn mùa nho kiểng Tết 2025 — <https://dantocphattrien.vietnamnet.vn/ninh-thuan-hap-dan-mua-nho-kieng-tet-2025-62844.html>
- Vietnam.vn. Ninh Thuan currently has the largest grape-growing area — <https://www.vietnam.vn/en/day-la-2-giong-nho-day-nao-cung-ra-trai-ngon-qua-troi-chiem-90-dien-tich-trong-nho-ninh-thuan>
- Nông thôn mới. Phát triển bền vững Nho Ninh Thuận — <https://nongthonmoi.gov.vn/Pages/Phat-trien-ben-vung-Nho-Ninh-Thuan-046134.aspx>
- Selina Wamucii. Grapes Price in Vietnam — <https://www.selinawamucii.com/insights/prices/vietnam/grapes/>
- FreshPlaza. Vietnam imports US\$220 million in grapes from China in 2025 — <https://www.freshplaza.com/asia/article/9823598/vietnam-imports-us-220-million-in-grapes-from-china-in-2025/>
- OEC World. Grapes in Vietnam Trade — <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/grapes/reporter/vnm>
- CEIC Data. Vietnam Production: Fruit Crop: Grape — <https://www.ceicdata.com/en/vietnam/production-main-perennial-crops/production-fruit-crop-grape>
- Trade Map (ITC). Lista de mercados importadores/proveedores —(0806 Uvas frescas o secas)
- UNFPA. Viet Nam Population 2025 — <https://www.unfpa.org/data/world-population/VN>
- B-Company. Rising premium demand in Vietnam's Fruit and Vegetable Market — <https://b-company.jp/rising-premium-demand-in-vietnams-fruit-and-vegetable-market-a-clear-opening-for-foreign-brands/>
- VietnamNews. Vietnamese consumers develop taste for Australian, New Zealand fruit — <https://vietnamnews.vn/economy/1797274/vietnamese-consumers-develop-taste-for-australian-new-zealand-fruit.html>
- Mordor Intelligence. Vietnam Fruits And Vegetables Market Size & Share Analysis — <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/vietnam-fruits-and-vegetables-market>
- Vietnam Briefing. Understanding Vietnam's Middle Class — <https://www.vietnam-briefing.com/news/understanding-vietnams-middle-class-size-spending-patterns-and-opportunities-for-businesses.html/>

- LinkedIn (Hannah Le). Overcoming Barriers to Entry in Vietnam's Fruit Market 2025 — <https://www.linkedin.com/pulse/overcoming-barriers-entry-vietnams-fruit-market-2025-hannah-le-cc6bc>
- FreshPlaza. Shine Muscat grape prices hit four-year low in Vietnam — <https://www.freshplaza.com/north-america/article/9712986/shine-muscat-grape-prices-hit-four-year-low-in-vietnam/>
- NDA South Africa. Phytosanitary import requirements of fresh table grapes (Vietnam) — <https://www.nda.gov.za/images/Branches/AgricProducHealthFoodSafety/PlantProductionHealth/PlantHealth/export-from-sa/specialexport>
- HPToanCau. Export Procedures for Fruits from Vietnam — <https://hptoancau.com/en/export-procedures-for-fruits-from-vietnam/>
- VietnamNet. Vietnam clears imported Chinese grapes in latest food safety inspection — <https://vietnamnet.vn/en/vietnam-clears-imported-chinese-grapes-in-latest-food-safety-inspection-2337483.html>
- FreshPlaza. The phytosanitary protocols for exporting Peruvian mandarin to Vietnam — <https://www.freshplaza.com/latin-america/article/9681045/the-phytosanitary-protocols-for-exporting-peruvian-mandarin-to-vietnam-established/>
- WITS World Bank. Vietnam tariffs on Peru — <https://wits.worldbank.org/tariff/trains/en/country/VNM/partner/PER/product/all>
- SENASA Perú. Piura: Senasa garantiza estado fitosanitario de uva de mesa para exportación a Vietnam — <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/piura-senasa-garantiza-estado-fitosanitario-de-uva-de-mesa-para-exportacion-vietnam/>
- FruitNet. Peru gets green light to export mandarins to Vietnam — <https://www.fruitnet.com/asiafruit/peru-gets-green-light-to-export-mandarins-to-vietnam/263771.article>
- DFAT Australia. CPTPP overview — <https://www.dfat.gov.au/trade/agreements/in-force/cptpp/comprehensive-and-progressive-agreement-for-trans-pacific-partnership>
- Kamereo. Aggregate wholesale fruit places for new business owners — <https://kamereo.vn/blog/en/fruit-wholesale-place/>
- LinkedIn (TH Agri Fruit Vietnam). Vietnam Fruit Export Logistics Changes for UK Buyers — [https://www.linkedin.com/posts/th-agri-fruit-vietnam\\_ukfoodimport-agrilogistics-vietnamexport-activity-7457685591564947456-Ayfv](https://www.linkedin.com/posts/th-agri-fruit-vietnam_ukfoodimport-agrilogistics-vietnamexport-activity-7457685591564947456-Ayfv)
- Savills Industrial. Cold Chain Logistics in Vietnam — <https://industrial.savills.com.vn/2023/02/cold-chain-logistics-in-vietnam/>
- ATL. Customs Clearance Services at Cat Lai Port — <https://atl.vn/customs-clearance-services-at-cat-lai-port/>
- Thongquan.com.vn. Learn about the customs service of Cat Lai Port — <https://thongquan.com.vn/en/news/learn-about-the-customs-service-of-cat-lai-port.html>
- Vietnam Drive. 9 Biggest Supermarkets in Vietnam — <https://www.vietnamdrive.com/supermarkets-in-vietnam/>
- Ken Research. Vietnam Supermarket Chain Market Outlook to 2030 — <https://www.kenresearch.com/industry-reports/vietnam-supermarket-chain-market>
- WinMart — <https://winmart.vn/>
- AEON Vietnam — <https://www.aeon.com.vn/en/>
- Co.opmart — <https://co-opmart.com.vn/>
- Central Retail. Big C / GO! — <https://www.centralretail.com/en/brands/121/big-c-go>
- Bách Hóa Xanh — <https://www.bachhoaxanh.com/>

