



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL

VIETNAM

Índice

I.	Resumen ejecutivo	3
II.	Información general	4
III.	Situación económica y de Coyuntura	4
	3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
	3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos	5
	3.3. Nivel de Competitividad	5
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios	6
	4.1. Intercambio Comercial del mercado con el Mundo	6
	4.2. Intercambio Comercial del Mercado con Perú	6
V.	Acceso al Mercado	8
	5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias	8
	5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio	10
VI.	Oportunidades Comerciales	10
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	10
	6.2. Productos con Potencial Exportador	11
VII.	Tendencias del Consumidor	11
VIII.	Cultura de Negocios	13
IX.	Links de Interés	14
X.	Eventos Comerciales	14
XI.	Bibliografía	15

I. Resumen ejecutivo

Vietnam, con 103.8 millones de habitantes, significa una puerta de ingreso a terceros mercados de la región, ya que es miembro pleno de ASEAN y cuenta con varios acuerdos comerciales en el marco de este bloque, además de ser miembro vigente del CPTPP, el cual también incluye a Perú.

La economía de Vietnam se expandió 2.6% en términos reales en 2021, impulsada por el incremento del consumo interno, la inversión pública y la demanda externa. Las exportaciones y re-exportaciones de bienes continúan siendo parte integral de la economía del país, por lo que la rápida reactivación de la demanda mundial soporta un sólido crecimiento.

Las importaciones vietnamitas aumentaron a un promedio anual de 11.5% entre 2017 y 2021. Las compras de máquinas eléctricas y mecánicas, así como las manufacturas de plástico y artículos de fundición de hierro o acero fueron determinantes en el crecimiento de las compras internacionales vietnamitas. Entre los principales proveedores de Vietnam se encuentran China (38% de participación), Corea del Sur (17%), Japón (6%), Singapur (5%) y Taiwán (4%). Perú se ubica en la casilla 55° como suplidor mundial.

El comercio de bienes entre Perú y Vietnam sumó USD 854 millones en 2021. Las exportaciones peruanas al país asiático alcanzaron los US\$ 69 millones en 2021, lo cual significó un decrecimiento de 17.0% con respecto al año anterior, como consecuencia de una menor demanda de minerales y harina de pescado, básicamente. Sin embargo, a nivel de productos con valor agregado, se pudo notar una expansión de 4.3% en los envíos peruanos como consecuencia de un excelente desempeño de los sectores maderas & papeles y agropecuario.

II. Información general



La República Socialista de Vietnam, uno de los cuarenta y nueve estados del continente asiático, limita al norte con China, al noroeste con Laos y al suroeste con Camboya.

Su población alcanza los 103,8 millones de habitantes, lo cual lo ubica como el décimo sexto país más poblado del mundo. Aunque solo el 38.8% de su población vive en centros urbanos, las principales ciudades han crecido rápidamente en las últimas dos décadas debido al dinamismo económico del país. Entre las ciudades más importantes destacan Ho Chi Minh City (Saigón), el centro financiero y comercial del país, concentra alrededor de 9 millones de personas; Hanoi, la capital y sede de gobierno, con 5 millones de habitantes; Can Tho, la ciudad más importante del delta del río Mekong, con 1.3 millones de habitantes y Hai Phong, el principal puerto del país, con 1.9 millones de habitantes.

La expansión económica vietnamita ha sido una de las más destacadas del mundo en el siglo XXI, la cual fue impulsada básicamente por el ingreso del país a la Organización Mundial de Comercio – OMC en 2007. El poder adquisitivo de los consumidores también se ha incrementado de manera importante.

En la actualidad, Vietnam se ha convertido recientemente en uno de los más importantes centros de procesamiento en el Asia, en particular en lo que respecta a la industria pesquera y textil. Asimismo, la apertura comercial mostrada por este mercado se reafirma en los crecientes acuerdos de libre comercio firmados por el país entre los que se encuentran aquellos negociados en el marco de ASEAN

con India, China, Corea del Sur y Unión Europea, así como el ambicioso CPTPP, el cual también incluye a socios latinoamericanos como Perú, Chile y México.

III. Situación económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°01: Principales variables macroeconómicas

Indicadores Económicos	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Crecimiento real del PBI (%)	6.9	7.2	7.2	2.9	2.6	6.0
PBI per cápita (US\$)	9 086	9 637	10 132	10 331	10 499	11 032
Tasa de inflación (%)	3.5	3.5	2.8	3.2	1.9	3.8
Tasa de desempleo (%)	2.2	2.2	2.2	3.3	2.7	2.4

Fuente: FMI / BM

Elaboración PROMPERÚ

La economía de Vietnam se expandió 2.6% en términos reales en 2021, impulsada por el incremento del consumo interno, la inversión pública y la demanda externa. Las exportaciones y re-exportaciones de bienes continúan siendo parte integral de la economía del país, por lo que la rápida reactivación de la demanda mundial soporta un sólido crecimiento. Pese a ello, las interrupciones en las cadenas de suministros y las presiones inflacionarias globales están aumentando la incertidumbre y han tenido un impacto significativo en las perspectivas económicas para el año 2022.

a. Producto Bruto Interno

La economía vietnamita tuvo un crecimiento real de 2.6% en 2021 y se espera que continúe expandiéndose a una tasa media anual de 5.5% para el periodo 2022 – 2040.

b. Nivel de Empleo

El desempleo fue de 2.7% en 2021 y disminuirá levemente a 2.4% en 2022. El nivel de desempleo en Vietnam se mantiene por debajo del promedio de sus pares de la región Asia – Pacífico, cuya tasa bordea el 5.0%.

c. Inflación

La inflación en Vietnam disminuyó de 3.2% (2020) a 1.9% (2021); sin embargo, se espera que la tasa de inflación aumente sostenidamente en los próximos cinco años hasta alcanzar 4.0% en 2026 como consecuencia del incremento de precios a nivel global.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de Vietnam es el dong vietnamita (VND). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1.00 USD	=	23 378.468 VND
US Dollar	↔	Dong Vietnamita
1.00 PEN	=	6 105.9786 VND
Sol peruano	↔	Dong Vietnamita

Fuente: XE.com

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos¹

La economía vietnamita se basa en grandes industrias de propiedad estatal y mixta, siendo las más relevantes la pesca, los textiles, alimentos, muebles, plásticos y papel, así como el turismo y las telecomunicaciones.

La agricultura representó alrededor del 14.8% del PBI y empleó al 38% de la mano de obra en 2021. Los principales cultivos incluyen al arroz, café, anacardos, maíz, pimienta, batata, maní, algodón, caucho y té, así como la acuicultura de pangasius, tilapia y langostinos. Si bien el superávit comercial agrícola aumentó con respecto a 2019, la industria ganadera se ha visto particularmente afectada por diversas enfermedades como la gripe porcina.

La industria aporta el 33.7% del PBI y ocupó al 27% de la fuerza laboral en 2021 siendo los sectores principales el energético, cementero, textiles y siderurgia. A pesar de ser un nuevo jugador en la industria petrolera, Vietnam ya se ha convertido en el tercer mayor productor de crudo del Sudeste Asiático. El país también ha logrado desarrollar industrias de alto valor agregado como automóviles, electrónica y tecnologías informáticas (software).

Los servicios representan alrededor del 41.6% del PBI y emplea alrededor del 35% de la población económicamente activa. Los principales servicios incluyen al turismo y a las telecomunicaciones. De hecho, la empresa pública de telecomunicaciones Viettel ha internacionalizado sus operaciones mediante la presencia directa en distintos mercados como Mozambique, Laos, Camboya, Haití y Perú.

3.3. Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la "Facilidad de hacer negocios" (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Vietnam y para otros países similares.

Cuadro N°02: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2020

Criterios	Vietnam	Perú	Tailandia	Chile	Malasia	Colombia
Facilidad de hacer negocios	70	76	21	59	12	67
Apertura de un negocio	115	133	47	57	126	95
Manejo de permisos de construcción	25	65	34	41	2	89
Obtención de electricidad	27	88	6	39	4	82
Registro de propiedades	64	55	67	63	33	62
Obtención de crédito	25	37	48	94	37	11

¹ Fuente: Euromonitor International

Protección de los inversores minoritarios	97	45	3	51	2	13
Pago de impuestos	109	121	68	86	80	148
Comercio transfronterizo	104	102	62	73	49	133
Cumplimiento de contratos	68	83	37	54	35	177
Resolución de la insolvencia	122	90	24	53	40	32

Fuente: Doing Business 2020. Banco Mundial

Elaboración PROMPERU

Vietnam se ha convertido en una de las plazas favoritas para la inversión extranjera entre los países del Sudeste Asiático en los últimos años. Aunque el país no es inmune a la recesión económica global, fue una de las pocas economías que mantuvo su crecimiento durante la pandemia. Para fomentar la IED, el Gobierno vietnamita ofrece una amplia gama de incentivos fiscales y de inversión. Por ejemplo, la nueva Ley de Inversiones (LOI) introdujo una tasa preferencial de impuestos corporativos del 5% por un periodo máximo de 37.5 años para proyectos de inversión de gran magnitud. Asimismo, el Gobierno ha priorizado mejoras en la infraestructura nacional y ha ampliado los bienes inmuebles industriales disponibles para nuevos desarrolladores.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial de bienes Vietnam - Mundo

La fuerte recuperación de la demanda mundial impulsó el comercio internacional de mercancías de Vietnam; el cual, tanto a nivel de exportaciones como de importaciones, superó largamente los niveles anteriores a la pandemia en 2021. El valor de los bienes exportados de Vietnam aumentó en 44.5% durante 2021, respaldado por los envíos de maquinaria y equipos electrónicos.

**Cuadro N°03: Intercambio Comercial de bienes
Vietnam – Mundo (Millones de US\$)**

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % Prom. 21/17	Var. % 21/20
Exportaciones	215 119	243 699	264 610	281 441	406 756	17.3	44.5
Importaciones	213 215	236 869	253 442	261 309	329 199	11.5	26.0
Balanza Comercial	1 903	6 830	11 168	20 132	77 557	-	-
Intercambio Comercial	428 334	480 568	518 052	542 751	735 955	14.5	35.6

Fuente: Trademap Elaboración PROMPERU

En tanto, las importaciones vietnamitas aumentaron a un promedio anual de 11.5% entre 2017 y 2021. Las compras de máquinas eléctricas y mecánicas, así como las manufacturas de plástico y artículos de fundición de hierro o acero fueron determinantes en el crecimiento de las compras internacionales vietnamitas. Entre los principales proveedores de Vietnam se encuentran China (38% de participación), Corea del Sur (17%), Japón (6%), Singapur (5%) y Taiwán (4%). Perú se ubica en la casilla 55° como suplidor mundial.

4.2. Intercambio Comercial de bienes Vietnam - Perú

**Cuadro N°04: Intercambio Comercial Perú – Vietnam
Millones de US\$**

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % Prom. 21/17	Var. % 21/20
Exportaciones	154	120	141	83	69	-18.1	-17.0
Importaciones	381	325	466	446	785	19.8	75.9

Balanza Comercial	-227	-204	-325	-363	-715	-	-
Intercambio Comercial	534	445	606	529	854	12.4	61.3

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

El comercio de bienes entre Perú y Vietnam sumó USD 854 millones en 2021. Las exportaciones peruanas al país asiático alcanzaron los US\$ 69 millones en 2021, lo cual significó un decrecimiento de 17.0% con respecto al año anterior, como consecuencia de una menor demanda de minerales y harina de pescado, básicamente. Sin embargo, a nivel de productos con valor agregado, se pudo notar una expansión de 4.3% en los envíos peruanos como consecuencia de un excelente desempeño de los sectores maderas & papeles y agropecuario.

Cuadro N°05: Exportaciones por Sectores Económicos
US\$ Millones

SECTOR	2020	2021	Var.% 21/20
TRADICIONAL	61	45	-25.0
<i>Pesquero</i>	51	41	-18.6
Harina de pescado	50	41	-18.1
Aceite de pescado	0.9	0.5	-46.7
<i>Mineros</i>	10	4	-58.0
Zinc	3	4	43.9
Cobre	7	0.2	-97.5
NO TRADICIONAL	23	24	4.3
Agropecuario	6	6	3.0
Maderas & papeles	3	5	76.0
Pesquero	8	5	-39.9
Sidero - Metalúrgico	3	4	28.6
Químico	2	3	12.9
Resto	0.3	1	80.6
TOTAL GENERAL	83	69	-17.0

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

Los envíos no tradicionales (US\$ 24 Millones) experimentaron un incremento de 4.3% debido a la menor demanda de productos semimanufacturados como el cinc sin alear y las maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente. Sin embargo, es importante destacar el crecimiento de ventas de productos agropecuarios, donde destacan las uvas frescas, la quinua en grano y las castañas. Finalmente, se debe resaltar la expansión de 12.9% del sector químico, como consecuencia del incremento en los envíos de ácido ortobórico y óxido de cinc.

Cuadro N°06: Principales productos no tradicionales exportados a Vietnam
US\$ Miles

Partida	Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	Var. % Prom. 21/17	Var. % 21/20	% Part. 2021
0806100000	Uvas frescas	-	3 368	2 898	4 696	5 069	-	7.9%	21%
7901120000	Cinc sin alear	-	-	122	2 243	3 725	-	66.0%	16%

4407990000	Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	-	18	214	1 088	2 699	-	148.2%	11%
4407299000	Maderas tropicales aserradas	79	1 260	831	1 720	2 062	126.1%	19.9%	9%
0307430000	Pota cruda congelada	1 028	1 911	2 817	1 580	1 305	6.2%	-17.4%	6%
2810001000	Ácido ortobórico	112	85	696	988	1 276	83.8%	29.1%	5%
1605540000	Pota precocida congelada	1 104	133	946	1 990	1 180	1.7%	-40.7%	5%
0306171300	Cola de langostinos congeladas c/caparazón	1 065	3 046	2 478	1 595	803	-6.8%	-49.7%	3%
2817001000	Óxido de cinc	325	381	661	443	668	19.7%	50.8%	3%
0306171100	Langostinos enteros congelados	12 237	17 118	15 286	1 420	587	-53.2%	-58.6%	2%
Resto		12 139	12 384	7 681	5 282	4 290	-22.9%	-18.8%	18%
TOTAL		28 089	39 705	34 631	23 045	23 664	-4.2%	2.7%	100%

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

Los envíos no tradicionales a Vietnam se encuentra concentrada en tres productos (uvas frescas, maderas aserradas y maderas tropicales aserradas), los cuales representan el 48% de los envíos peruanos.

v. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Uno de los grandes limitantes para ingresar al mercado vietnamita son las elevadas tasas arancelarias que gravan a algunas líneas de productos importados que compiten con la industria del país.

Específicamente en la tarifa arancelaria vigente se han podido detectar picos arancelarios para grupos de productos como motocicletas (55% - 75%), vehículos (74%), vinos (50%), bebidas espirituosas (45%), baldosas y azulejos (35% - 45%), conservas vegetales (12% - 40%), calzados (30%), frutas frescas (7% - 40%) y jugos de frutas (20% - 35%). Asimismo, en lo que respecta a productos especiales como las bebidas alcohólicas se aplican impuestos adicionales.

Para la aplicación de aranceles estipulados para países OMC, las mercancías deben contar con un certificado de origen.

Sin embargo, en el marco del CPTPP, vigente desde el 19 de setiembre de 2021, permitirá el acceso libre de aranceles de productos de interés para el Perú en Vietnam tales como los langostinos congelados, la pota cruda congelada, la trucha congelada, las uvas frescas, los espárragos en conserva, entre otros.

Cuadro 07

RK	Subpartida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia arancelaria
1	080610	Uvas frescas	6°	China – 63%	10%	0%
				EE.UU. – 12%		
				Australia – 12%		
2	790112	Cinc sin alear	4°	Surcorea – 89%	0%	0%
				Japón – 6%		
				Taiwán – 3%		
3	440799	Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente	6°	EE.UU. – 62%	0%	0%
				Brasil – 15%		
				Zambia – 9%		
4	440729	Madera tropical aserrada o desbastada	6°	Tailandia – 39%	0%	0%

				Congo – 28%		
				Colombia – 8%		
5	030743	Calamares, sepias y potas crudos congeladas	9°	Indonesia – 44%	5%	0%
				China – 31%		
				India – 12%		
6	281000	Óxidos de boro	1°	EE.UU. – 29%	0%	10%
				Chile – 23%		
				Bolivia – 1%		
7	160554	Calamares y potas preparados o conservados	2°	China - 90%	25%	23.2%
				Surcorea – 2%		
				Tailandia – 2%		
8	030617	Langostinos congelados	9°	India – 78%	10,3%	0%
				Ecuador – 10%		
				Argentina – 6%		
9	281700	Óxido de cinc	11°	China – 25%	1%	0%
				Taiwán – 21%		
				Surcorea – 16%		
10	440349	Madera tropical en bruto, incluso descortezada	N.R.	Congo – 52%	0%	0%
				China – 21%		
				Bélgica – 8%		

Fuente: SUNAT, Trademap Elaboración PROMPERÚ

Medidas No Arancelarias²

Vietnam aplica las siguientes barreras no arancelarias a las mercancías importadas:

- **Controles de licencia:** Se requiere licencias de importación para sustancias explosivas, explosivos industriales, ciertos dispositivos médicos y materiales de referencia, medicamentos, materiales medicinales y ciertos productos de ciberseguridad (Apéndice III, [Decreto 69/2018/ND-CP](#))
- **Cuotas:** Se aplican cuotas de importación a la azúcar refinada, tabaco y huevos de aves (Circular N° [12/2018/TT-BTC](#)). Las cuotas se emiten todos los años. La cantidad permitida de mercancías se indica en la licencia de importación o en el aviso del MOIT. Las mercancías importadas fuera de los contingentes arancelarios están sujetas a los tipos impositivos generales.
- **Prohibiciones a la importación:** Existen prohibiciones de importación a las armas, municiones, explosivos (excepto explosivos industriales), equipo técnico militar, bienes utilizados en productos de tecnologías de la información, algunos suministros y vehículos usados, equipos de refrigeración que utilizan clorofluorocarbonos (CFC), entre otros publicados en la Ley sobre Gestión del Comercio Exterior (Anexo I, [Decreto 69/2018/ND-CP](#)). Adicionalmente se impondrán prohibiciones de importación si se cumple alguna de las siguientes condiciones:
 - Los productos están relacionados con la defensa y seguridad nacional y no han pedido permiso de importación de la autoridad competente
 - Los productos ponen en peligro la salud y seguridad de los consumidores
 - Los productos afectan el orden y la seguridad social, la moral o las buenas costumbres y hábitos

² Según un estudio elaborado por ICEX España Exportación e Inversiones.

- Los productos dañan el medioambiente y la biodiversidad, presentan un alto riesgo de que plagas ingresen al país, amenazan la seguridad alimentaria, la producción o las exportaciones de Vietnam o infringen los derechos de propiedad intelectual
- La prohibición es impuesta por tratados internacionales en los que Vietnam es parte.

5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio

El impuesto sobre el valor añadido (IVA)³ se aplica a los bienes y servicios usados para producción, comercio y consumo. Se aplica también a los bienes importados, sobre su valor en aduanas. Los servicios importados son gravados con el IVA a través del Foreign Contractor Tax (FCT).

Existen tres modalidades de impuestos sobre el valor añadido:

- Tipo general (10%): Tasa estándar de aplicación a todos los bienes y servicios no sujetos específicamente a las otras dos categorías.
- Bienes y servicios esenciales (5%): Agua, becas, libros, alimentos no procesados, medicamentos y equipamiento médico, ganadería, bienes y servicios agrícolas, servicios científicos, látex y goma, azúcar y derivados, servicios deportivos y culturales.
- IVA (0%): Bienes y servicios exportados, vendidos en comercios duty-free, servicios de transporte internacional marinos y aéreos.

Existen bienes y servicios exentos de IVA como servicios médicos, enseñanza, publicación de libros y periódicos, billetes de autobús público, transferencia de tecnologías o software, entre otros.

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

Perú y Vietnam, junto con otras nueve economías, forman parte del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP), el cual permite la desgravación arancelaria progresiva para un número importante de líneas arancelarias.

Esto es particularmente positivo debido a que Vietnam suele contar con aranceles restrictivos, especialmente en lo que respecta a productos pesqueros y agropecuarios que Perú cuenta con oferta.

Los aranceles preferenciales para distintos productos de la oferta exportable peruana, así como la información a detalle del acuerdo pueden encontrarse en la página Acuerdos Comerciales del Perú ([Acuerdos Comerciales del Perú](#))

Para las Importaciones de Vietnam: De manera temporal, los certificados de origen que emiten en ese país se realizarán mediante certificación por entidades, es decir que serán emitidos por sus entidades certificadoras. [descargar formato](#).

³ Vietnam Pocket Taxbook 2020

6.2 Productos con potencial exportador

El Perú puede aprovechar el potencial derivado de la creciente relación comercial con Vietnam y los beneficios obtenidos con la entrada en vigencia del CPTPP. Para ello, se han analizado las oportunidades en cuanto a productos de la oferta exportable peruana en el mercado vietnamita.

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Vietnam. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Vietnam (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8: Sector Agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2021 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
080521	Mandarinas frescas	Estrella	398	0%	China - 98% Australia - 1% Egipto - 1%
080610	Uvas frescas	Estrella	239	0%	China - 63% EE.UU. - 12% Australia - 12%
081090	Frutas exóticas frescas	Estrella	153	0%	China - 75% Tailandia - 23% Laos - 1%
080510	Naranjas frescas	Estrella	119	0%	China - 85% Australia - 8% EE.UU. - 4%
090111	Café sin tostar	Estrella	67	0%	Laos - 66% Indonesia - 15% Brasil - 11%
080450	Mangos frescos o secos	Estrella	52	0%	Tailandia - 51% China - 47% Camboya - 2%
200899	Frutas preparadas o conservadas	Prometedor	41	0% - 6.6%	Corea - 44% China - 39% Tailandia - 13%
130239	Mucilagos y espesativos vegetales	Prometedor	23	0%	China - 63% Filipinas - 13% EE.UU. - 8%
180500	Cacao en polvo sin adición de azúcar	Prometedor	19	5.7%	Malasia - 48% Indonesia - 30%

Holanda - 12%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Pese a que Vietnam es un exportador neto de frutas y hortalizas, la variedad de su producción local se limita a cultivos de corte tropical como el mango, el rambután, el mangostán y el plátano, por lo cual cuenta con la necesidad de importar una importante variedad de productos que son altamente demandados por su población. De hecho, en 2021, el país importó US\$ 2 905 Millones en lo que respecta a frutas (15° a nivel mundial) y US\$ 1 673 Millones en lo que corresponde a hortalizas (12° a nivel mundial).

La demanda de frutas y verduras en Vietnam se compone de cuatro subsectores principales que incluyen la fabricación de jugos, el procesamiento y la conservación, la venta al por mayor y la venta minorista en tiendas especializadas. Actualmente, existen 2217 empresas registradas para operar en la industria de frutas y verduras en Vietnam

Con el aumento de los ingresos, los consumidores vietnamitas se encuentran cada vez más preocupados por la calidad de sus alimentos, lo cual ha potenciado la demanda de alimentos orgánicos y libres de pesticidas. Las frutas importadas de EE. UU., Australia y Nueva Zelanda son muy populares en Vietnam, aunque no son baratas.

Según un estudio realizado por la Academia de Agricultura de Vietnam en 2017, un hogar promedio de Hanoi o Ho Chi Minh (Saigón) gasta entre 8%-9% de su presupuesto mensual de alimentos en frutas y entre el 12%-13% en verduras.

Cuadro N° 9: Sector Pesca

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2021 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030617	Langostinos congelados	Estrella	332	0%	India - 78% Ecuador - 10% Argentina - 6%
030743	Calamares y potas congeladas	Estrella	216	0%	Indonesia - 44% China - 31% India - 12%
030314	Truchas congeladas	Prometedor	44	0%	Chile - 37% Turquía - 29% Noruega - 15%
030354	Caballas congeladas	Prometedor	16	0%	Japón - 40% Noruega - 39% China - 18%
030520	Ovas de pez volador congeladas	Prometedor	15	0%	Corea - 92% EE.UU. - 7% Dinamarca - 1%
030722	Conchas de abanico congeladas	Prometedor	12	0%	Dinamarca - 67% Francia - 15% China - 11%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Vietnam es uno de los principales centros de procesamiento pesquero en el Asia, por lo cual la demanda de materia prima es intensiva. De hecho, en 2021, las compras de pescados y mariscos alcanzaron US\$ 1 800 Millones, lo cual

posicionó al país asiático como el vigésimo importador del mundo. Dentro de los principales productos demandados del exterior destacan los langostinos congelados; así como productos dirigidos a la industria de procesamiento como potas, calamares, atunes y caballas congeladas.

Se prevé que los pescados y mariscos experimenten mejoras significativas en la demanda en todos los canales durante los siguientes años y es probable que las ventas dirigidas al HORECA regresen a los niveles previos a la pandemia para 2023/2024, en línea con el retorno esperado del turismo receptor, la demanda local de cenar fuera de casa y la reanudación del trabajo presencial.

Se espera que el precio unitario promedio de pescados y mariscos aumente aún más en 2022 debido a que los productos importados son propensos a fluctuaciones con la oferta y las variaciones cambiarias.

VII. Tendencias del Consumidor

Viet Dragon Securities Company (VDSC) enumeró tres tendencias principales en el mercado de consumo de Vietnam hasta 2030, y agregó que se espera que el rápido crecimiento económico del país propicie enormes oportunidades para las empresas adaptables a los cambios del mercado.

- **Valoración de la experiencia:** En la actualidad, la población vietnamita no solo asiste a los centros comerciales para comprar productos, ya que también pueden hacerlo en línea. Los consumidores aún prefieren las tiendas físicas debido a la experiencia de compra que estas brindan tales como conocer las novedades en cuanto a nuevos productos y servicio, experiencias recreativas relacionadas al arte, entre otros. En conclusión, aunque continúan siendo sensibles al precio, los vietnamitas están dispuestos a pagar más por la experiencia.

- **Consumidores conectados:** Los consumidores, especialmente los jóvenes, están conectados a dispositivos móviles, redes sociales y se adaptan a las compras en línea. Con más del 50% de la población teniendo acceso a internet móvil, las redes sociales juegan un papel importante en la promoción de productos en Vietnam. Además, las plataformas de búsqueda y entrega de alimentos están ayudando a las empresas de alimentos y restaurantería a conseguir nuevos clientes. Por otro lado, los vietnamitas aún prefieren comprar online artículos de bajo precio ya que las plataformas de comercio electrónico no están desarrolladas.

- **Premiumización:** La creciente clase acomodada, que se estima alcanzará los 10 millones de habitantes en 2020 en comparación con los 2,6 millones en 2012, ha impulsado la tendencia hacia la premiumización. Los consumidores necesitan expresarse cada vez más y buscan diferenciarse a través de productos “personalizados”. Esta demanda no solo se limita al segmento de lujo con consumidores de altos ingresos, las empresas que puedan ofrecer productos / servicios “premium” o únicos con precios asequibles también se beneficiarán con esta tendencia.

VIII. Cultura de Negocios

La relación personal a largo plazo es el aspecto más importante de la negociación con empresas vietnamitas. Por lo tanto, no se debe tratar este mercado con solo con el objetivo de establecer una relación comercial puntual, sino que se debe estar abierto a una relación más a largo plazo tanto comercial, como especialmente personal.

Por ello, antes de iniciar el contacto tenga claro su propuesta. Los vietnamitas no iniciarán una relación si no tienen un claro y definido interés inicial en lo que puede ofrecer la contraparte. Son muy pragmáticos y no muestran cortesía alguna ante el inicio de una relación que no les interesa.

La cultura vietnamita es formal. Se utilizan tarjetas de negocios en las presentaciones y se presta especial respeto a la edad, tanto en la empresa como en la sociedad en general. Se espera a que el señor de más edad (normalmente es el de rango superior) se siente primero en la mesa.

Por lo anterior, sea muy consciente de que los vietnamitas esperan “estatus” de su contraparte. Es muy importante destacar que el representante de la empresa que negocie en Vietnam debe disponer de estatus, antigüedad en la empresa y capacidad de decisión. Asimismo, es totalmente contraproducente que el negociador sea o demasiado joven, o falto de experiencia o carente de nivel suficiente en la empresa, pues no será considerado.

Si bien la edad es un elemento crucial para determinar el estatus, el sexo del representante no es relevante. La cultura vietnamita ni somete a la mujer al dictado del hombre, ni le impide prosperar y desarrollarse en el mundo empresarial.

A la hora de iniciar los contactos iniciales, dé el teléfono móvil directo como parte imprescindible y más importante de sus datos de contacto. No cambie la interlocución con otra persona de la propia empresa y nunca delegue en un colaborador o secretaria. Muestre siempre su disponibilidad, atendiendo personalmente con diligencia y rapidez los correos electrónicos recibidos/comprometidos previamente. Son muy sensibles a esta cuestión. Gestione adecuadamente su propia cara (el prestigio social, el reconocimiento de los demás) siendo serviciales (nunca serviles) y poniendo a disposición del socio vietnamita las capacidades propias de intermediación y de acceso a terceros a favor de sus intereses.

Valore la reacción e interés mostrado por la contraparte vietnamita. Si una empresa local no responde a la petición de entrevista, no hay nada que hacer pues el silencio ya es una respuesta. Esto debido, a que la cultura vietnamita tiende a ser indirecta en su estilo de negociación. Los vietnamitas tratan de evitar decir de forma clara lo que piensan. Igualmente evitan los conflictos en público y decir “no”.

Si tiene interés, la contraparte vietnamita colaborará de modo que ambos salgan ganando en la negociación, pero en ocasiones necesitan comprobar la disposición del potencial nuevo socio antes de decidir si es merecedor de confianza. Por otra parte, no debe presionarles nunca para que tomen decisiones. Sus esfuerzos deben centrarse en facilitarles argumentos que minimicen su percepción de riesgo y lograr ser aceptado como un socio fiable. En este punto, es fundamental la rapidez en el servicio de muestras y la documentación de exportación.

Durante las reuniones de negocio siga estas normas básicas de cortesía y respeto:

- No llegue tarde a las reuniones pues se considera de muy mala educación. Si va a hacerlo, avise tan pronto como sea posible.
- Al ofrecer su tarjeta, ofrézcala con las dos manos. Cuando reciba la de su contraparte obsérvela unos segundos y téngala visible sobre la mesa durante la reunión.
- Vestimenta: Camisa y corbata para el día a día en el trabajo. Para reuniones importantes, traje. Las mujeres usan el traje formal de negocios que cubre los hombros.
- El hablar alto o gesticular excesivamente pueden ser percibidos como groseros. Igualmente si le ofrece cualquier alimento o bebida debería de aceptarlo siempre.

IX. Links de Interés

Cuadro N° 11

Entidad	Enlace
Banco del Estado de Vietnam	https://sbv.gov.vn/
Ministerio de Relaciones Exteriores de Vietnam	https://www.mofa.gov.vn/vi/
Ministerio de Industria & Comercio de Vietnam	http://moit.gov.vn/
Aduanas de Vietnam	https://www.customs.gov.vn/
Asociación Vietnamita de Exportadores & Productores de Productos de Mar - VASEP	https://vasep.com.vn/

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 12

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
Vietnam International Industrial Fair 2022	Industrial	Hanoi	19 – 21 de octubre 2022	http://www.viif.vn/en/
Vietfish 2022	Pesca & Acuicultura	Ho Chi Minh City	24 – 26 de agosto 2022	https://vietfish.com.vn/
Vietnam Foodexpo 2022	Alimentos	Ho Chi Minh City	16 – 19 de noviembre de 2022	https://foodexpo.vn/

Fuente: Auma

XI. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor International
- Doing Business
- CIA, The World Factbook
- Trademap
- Investment Map