

Vietnam es el tercer país más poblado del sudeste asiático, y el número 16 a nivel mundial con unos 98 millones de habitantes y una densidad poblacional muy alta, de 246 hab/km<sup>2</sup>. Forma, junto con otros 9 estados, la ASEAN (Asociación de Naciones de Asia Sudoriental). Con un PBI de 368.000 millones de dólares es la 39° economía a nivel mundial.

Se encuentra en la región anteriormente conocida como Indochina, y limita con China, Laos y Camboya. En la costa del Pacífico cuenta con importantes puertos comerciales como Saigón o Hanói, entre otros.

El país es una República Socialista gobernada bajo un sistema altamente centralizado, y aplica una política exterior abierta, basada en la diversificación y multilateralización de las relaciones internacionales.

A pesar de que el idioma oficial es el vietnamita, el francés es hablado como segunda lengua por algunas personas de alto nivel educativo debido a la herencia colonial. Sin embargo, el inglés domina en el ámbito comercial y turístico. El 80% de la población practica el budismo, un 8% de la población es cristiana y existen minorías étnicas que practican el islam y el hinduismo.

La economía se basa en la industria (40% del PBI), seguida de los servicios (38%) y la agricultura (21%). En el sector industrial se destacan la industria automotriz y la del acero y la manufactura de zapatos. En cuanto a la agricultura, es el quinto productor mundial de arroz, el segundo de café el tercero de caucho natural y el mayor productor de castañas de cajú. Otros productos de peso son la caña de azúcar, la mandioca, y el maíz.

El 61% del total de la población de Vietnam es menor de 35 años, y el 30% de su población es urbana. El 20% de su población pertenece a la clase media alta, con ingresos superiores a los US\$ 10.000 anuales, lo que ratifica el atractivo creciente para la importación de productos.

Tanto Vietnam como el resto del sudeste asiático venían sosteniendo un crecimiento económico bastante constante, que se vio desacelerado por la ocurrencia de pandemia. Las importaciones de frutas a Vietnam durante la pandemia se vieron fuertemente afectadas, con disminuciones de entre el 20%-30% en volumen, ya que esta es considerada un producto Premium, que compite con la producción de fruta local mucho más económica. Por ello, al desacelerarse la economía y disminuir el ingreso de los consumidores, esto se

volcaron a los productos que consideraban esenciales.

El consumo de frutas en el país es uno de los más altos del mundo, con valores que van de los 100 a 125 kg anuales per cápita. Entre las frutas australes de interés para Vietnam se encuentran las uvas, principalmente las variedades sin semillas, aunque también Red Globe. Muestran asimismo un fuerte interés por las manzanas, cerezas y mandarinas australes, con especial énfasis en la calidad. Los principales producciones locales, por otro lado, se centra en frutas tropicales como la banana, mango, sandias y otros, contando también con una importante producción de cítricos como naranja y pomelo.

Entre los canales de comercialización de interés se encuentra un sector HORECA bastante desarrollado debido a la actividad turística; y mercados de abasto, supermercados y wetmarkets/mercados al aire libre.

Al igual que en otros países de la región, la economía digital es un actor importante en el consumo. En este sentido, Indonesia y Vietnam son los principales propulsores del comercio digital en la ASEAN, ya que son los dos países en donde más ha crecido el sector.

La mayor adopción del e-commerce durante y luego de la pandemia ha hecho que los consumidores le presten más atención a packaging. Como mercado, Vietnam se caracterizaba por preferir la fruta suelta pero en los últimos dos años ha tenido mucho éxito la implementación de los prepack, ya que dan a los consumidores la sensación de que el producto es más higiénico.

Cabe destacar que, debido a la cercanía con China, este es uno de sus principales socios comerciales y es, por ejemplo, su principal proveedor de mandarinas y, en menor medida, naranjas. Por otro lado, la influencia cultural de China también es muy relevante. En Vietnam el festival de año nuevo lunar es la fiesta más popular y, al igual que en el vecino país, se acostumbra a regalar fruta de calidad entre familiares y amigos, siendo en esta época muy apreciado el consumo de cerezas australes. / [TopInfo](#).