

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN VIETNAM

2024

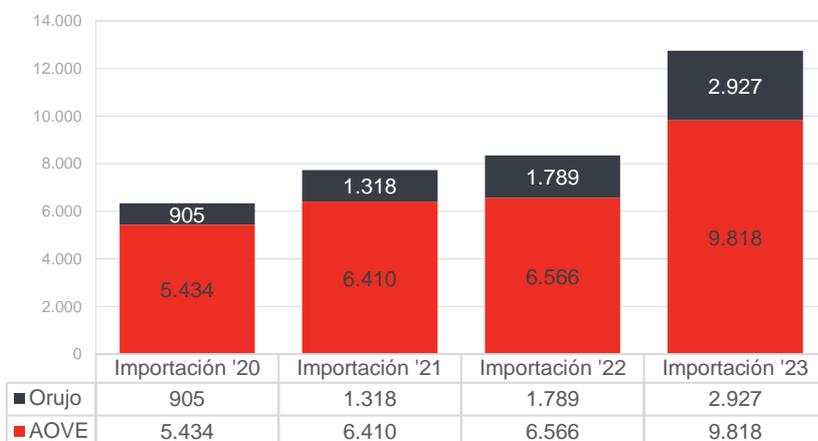
Definición del sector

| | | | |
|-------------------|--|---|---|
| Productos | Partidas arancelarias 1509, 1510 (y subpartidas): Aceite extraído de la oliva y sus partes. | Principales regiones | En todo el país, con mayor peso en las ciudades |
| Categorías | Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) Aceite de Orujo de Oliva Aceites Especiales (para niños y saborizados) | Principales productos demandados | Aceite de Orujo (+20 % entre 2022-23) AOVE (+10,4 % entre 2022-23) |

Comercio exterior

Importaciones (2020-2023)

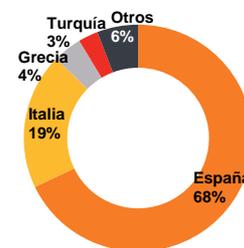
Datos en miles de USD



- En 2023, el mercado de aceite de oliva en Vietnam alcanzó 17,94 millones de USD, lo que representó sólo el 0,75 % del mercado total de aceites comestibles, debido a su alto precio y percepción como producto *gourmet* y saludable.
- Las importaciones de aceite de oliva crecieron un 10,8 % anual desde 2014, con un aumento destacado del 52,5 % en 2023 respecto a 2022; el aceite de orujo mostró mayor crecimiento que el aceite virgen.
- España lidera el mercado con el 68 % de las importaciones en 2023, superando a Italia (19 %) gracias a su competitividad en precio y la resolución de problemas de oferta italianos.
- El aceite de oliva de orujo, más económico, ha ganado aceptación en Vietnam, facilitando su presencia en canales menos accesibles para el aceite virgen.
- Las principales marcas en el mercado, como *Oliveoilà*, *Kiddy* y *Latino Bella*, logran distribución local al embotellar aceite importado, incluso en canales tradicionales generalmente reservados para productos nacionales.

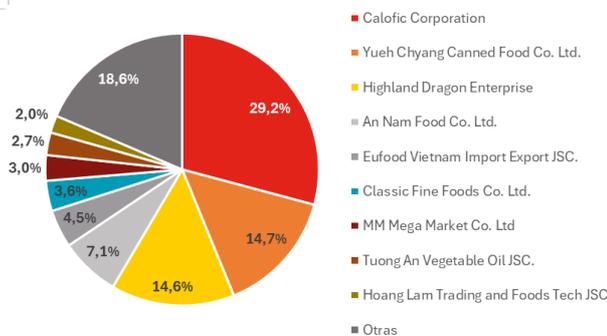
Principales países proveedores

España se ha consolidado en los últimos 3 años como líder proveedor indiscutible.



Cuota de importación por empresa

Calofic Corp. importa y embotella las marcas Oliveoilà y Kiddy



Producción local

Superficie: Inexistente

Producción: Inexistente, varias empresas locales embottellan aceite importado de España o Italia.

- Producto 1:** Oliveoilà (importa y embotella AOVE y Orujo español)
Producto 2: Tuong An (importa y embotella AOVE español)
Producto 3: Latino Bella (importa y embotella AOVE y Orujo español)
Producto 4: Kiddy (importa y embotella AOVE español para niños)



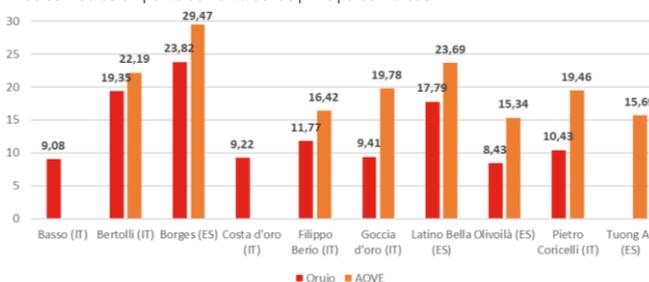
Demanda

- El mercado es atractivo debido a su población joven y en crecimiento, con interés por los productos europeos, que asocian con calidad y salud.
- La demanda ha cambiado con la urbanización y la modernización, impulsando la popularidad de tiendas de conveniencia, supermercados y alimentos precocinados, especialmente entre mujeres.
- El aceite de oliva es un nicho limitado, consumido principalmente por altas rentas y expatriados, valorado tanto por sus propiedades nutricionales como por su uso en cosmética y medicina tópica.

Precios

Datos en USD/litro

Precios medios en punto de venta de las principales marcas.



EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN VIETNAM

2024

Percepción del producto español

- El aceite de oliva se asocia con **calidad europea**, destacando el origen español e italiano. En los últimos años, la preferencia por el español, y el AOVE, ha aumentado notablemente.
- Los importadores locales se centran en **dos factores clave**: el precio y el diseño de etiquetas adaptadas a las preferencias del consumidor vietnamita que destaquen el origen español y carácter saludable.
- El mercado está dominado por **tres grandes exportadores** españoles, seguidos por otras empresas de menor escala.

Principales marcas de aceites de origen español en el mercado:



Canales de distribución

Distribución moderna El canal moderno está en crecimiento, con supermercados que ofrecen entre 5 y 6 marcas de aceite de oliva, principalmente a través de importadores, las mayores cuotas de mercado de grandes cadenas son de **Bach Hoa Xanh** y **Co.op Mart**, aunque siguen siendo limitadas. Es el principal canal de distribución del aceite de oliva.

Distribución tradicional El canal tradicional sigue siendo dominante, representando el 86,8 % de las ventas, con mercados locales, colmados y ultramarinos que aún son los principales puntos de acceso para los productos, especialmente en áreas rurales.

Horeca El sector creció un 11,32 % en 2023, con una gran **concentración en restaurantes tradicionales** y pequeños establecimientos, mientras que las grandes cadenas de restauración siguen teniendo una presencia minoritaria en el mercado vietnamita. En el aceite de oliva domina el origen italiano de grandes formatos para restaurantes italianos.

Perspectivas del sector

- El mercado vietnamita de aceite de oliva crece un 6,7 % anual, superando el aumento del PIB real y mostrando un desarrollo sostenido de la demanda a largo plazo.
- El aceite de oliva afronta **desafíos en el modelo de distribución** actual, pero la expansión del canal moderno hacia áreas periféricas ofrece oportunidades para ampliar su alcance geográfico y atraer nuevas marcas.
- El **aceite de orujo de oliva lidera el crecimiento** en el sector debido a su precio accesible y su asociación con calidad y salud, consolidando su aceptación en el mercado local.

Acceso al mercado

Fiscalidad Arancel AOVE 0 %
Arancel Orujo 1,8 %-13,6 %
IVA 10 %

Normativa

Normativa 1 [Decreto 55/2010/QH 12 del Gobierno de Vietnam sobre la Food Safety Law](#)

Normativa 2 [Decreto 15/2018/ND-CP del Gobierno de Vietnam sobre la elaboración de artículos de la Food Safety Law](#)

Normativa 3 [Decreto 111/2021/ND-CP del Gobierno de Vietnam sobre las enmiendas al Decree 43/2017/ND-CP sobre el etiquetado de bienes](#)

Oportunidades

- La **expansión del canal moderno y el mercado online** en Vietnam ofrece una gran oportunidad para introducir **innovaciones** en formatos, como **envases spray** o aceites de oliva con **sabores adaptados al gusto local**, como el picante.
- El sector **HORECA demanda gran formato y opciones accesibles** como el aceite de orujo, que resultan más económicos y están en crecimiento por su atractivo precio.
- Los consumidores vietnamitas **valoran la marca "España"** y el término **"virgen extra"** como indicadores de calidad, siendo estos los principales atributos por los que están dispuestos a pagar, sin mayor interés en certificaciones ecológicas, denominaciones de origen o notas de cata.
- Para abordar este mercado, es crucial una preparación cuidadosa, con **catálogos breves y claros**, y una estrategia bien definida para evitar el rechazo de visitas en frío y malentendidos culturales.

Información práctica

| Ferias | Publicaciones | Otros |
|---|--|--|
| Food & Hotel Vietnam https://foodhospitalityvietnam.com/ | Informe Económico y Comercial Vietnam 2024 | Aplicación Zalo para Android (WhatsApp local) Aplicación Zalo para IOS (WhatsApp local) |
| Foodexpo Vietnam https://foodexpo.vn/ | Guía de empresas españolas establecidas en Vietnam 2024 | Correo electrónico de la Oficina económica y comercial de la embajada de España en HCMC: hcmc@comercio.mineco.es |
| Vietfood & Beverage http://hn.foodexvietnam.com/en | El mercado de la distribución de alimentos y bebidas en Vietnam 2024 | |

Más info [Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
José Manuel Pinos Galinsoga

9 de diciembre de 2024
Ciudad Ho Chi Minh

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad Ho Chi Minh
<http://vietnam.oficinascomerciales.es>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es
www.icex.es