
2022



El mercado de los complementos alimenticios en Vietnam

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ho Chi Minh City

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.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

20 de abril de 2022
Ciudad de Ho Chi Minh

Este estudio ha sido realizado por
Paula de la Cal y actualizado por Inés Ollero Candau y Patricia
Aranguren Moliner

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ciudad de Ho Chi Minh

<http://vietnam.oficinascomerciales.es>

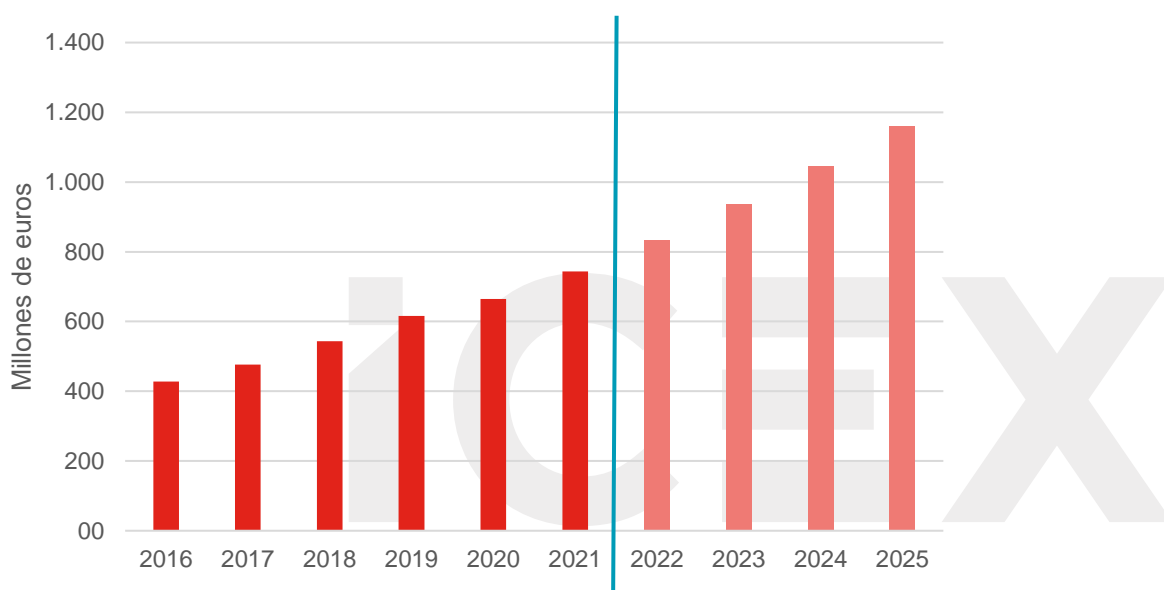
Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8

Suplementos nutricionales: un sector en expansión

En Vietnam, el mercado de los suplementos nutricionales y vitaminas está valorado actualmente en unos 774 millones de euros. El valor de las ventas del sector ha crecido de forma sostenida desde 2004 y se espera que continúe haciéndolo en los próximos años, impulsado por el aumento del poder adquisitivo, el estilo de vida urbano y la creciente preocupación por la salud.

GRÁFICO 1: TAMAÑO DEL MERCADO DE SUPLEMENTOS Y VITAMINAS EN VIETNAM EN MILLONES DE EUROS



(previsiones a partir de 2022)
Fuente: Euromonitor, 2022

La producción local cubre alrededor de un 60 % del mercado y se compone sobre todo de suplementos de origen natural dirigidos al gran público, mientras que el producto extranjero se orienta a consumidores con alto poder adquisitivo, siguiendo un enfoque *premium*.

La cifra de importaciones de suplementos alimenticios ha seguido una tendencia positiva. Su origen está muy concentrado, siendo Singapur, Estados Unidos y China los principales exportadores con cuotas del 24, 16 y 13 % respectivamente. España, por su parte, se sitúa en el puesto 13 con un 1,2 % de las importaciones.



Fuente: elaboración propia

Las consecuencias de un rápido desarrollo

Como consecuencia de la rápida expansión del sector (desde el año 2000 ha pasado de haber 13 importadores a más de 4.200 productores e importadores en el país en la actualidad) el mercado se encuentra fragmentado, con las veinte principales empresas cubriendo alrededor del 60 % de las ventas, la mayoría con cuotas de mercado inferiores al 5 %. La competencia es por tanto muy elevada, sobre todo si se tiene en cuenta que grandes compañías internacionales ya cuentan con una presencia asentada en Vietnam.

A este problema se suma un control insuficiente que permite que se produzcan enormes variaciones en los precios en función del canal de venta y que facilita la entrada de imitaciones y productos de baja calidad que ponen en peligro la salud de los consumidores y dañan la imagen del sector en su conjunto.

Un público cada vez más diversificado y exigente

Tradicionalmente, el público de suplementos en Vietnam han sido consumidores urbanos de edad avanzada y con alto poder adquisitivo, que empleaban estos productos para tratar dolencias concretas. No obstante, con la mejora del nivel de vida e impulsado por la preocupación generada por la COVID-19, los suplementos han pasado a tomarse de forma preventiva para conservar la salud, lo que ha llevado a una expansión de su consumo entre la población, particularmente en los sectores más jóvenes.

Los consumidores muestran preferencia por los suplementos naturales y priorizan la seguridad que ofrece el producto al precio. El origen constituye asimismo un factor importante, siendo los productos europeos, estadounidenses, australianos, japoneses y coreanos los más valorados. En este

sentido, aunque el producto español es prácticamente desconocido en el país, puede beneficiarse de la imagen de Europa, asociada a un producto fiable y de buena calidad.

Distribución: la importancia del *retail* moderno

La entrada de productos extranjeros suele hacerse a través de productores domésticos o de importadores locales que los distribuyen a los establecimientos minoristas. Esto permite al exportador beneficiarse de las redes de distribución de los mismos y contar con un socio local que puede asistirle a la hora de hacer frente a los trámites legislativos y de registro del producto.

En cuanto a los puntos de venta, los suplementos nutricionales se distribuyen fundamentalmente a través de cadenas de farmacias y parafarmacias. La importancia de las farmacias como canal de distribución se ha visto reforzada con la pandemia, al ser de los únicos negocios que pudieron seguir abiertos durante los periodos de aislamiento. Destaca asimismo el canal online, que actualmente supone en torno 9 % de las ventas y que, de acuerdo con las previsiones, seguirá ganando importancia en el futuro; así como el de la venta directa, que reúne un 26 % de las ventas.

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE SUPLEMENTOS POR CANAL DE VENTA (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
Distribución en tienda	73,6 %	72,3 %	69,4 %	66 %	63,5 %
Farmacias y tiendas especializadas	73,6 %	72,3 %	69,4 %	66 %	63,5 %
Farmacias	57,3 %	56,4 %	55,3 %	53,8 %	55,4 %
Parafarmacias	15,9 %	15,4 %	13,6 %	11,8 %	7,7 %
Otros distribuidores especializados	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %
Otros canales	26,4 %	27,7 %	30,6 %	34,0 %	36,5 %
Venta a domicilio	2,7 %	2,6 %	2,3 %	2,0 %	2,0 %
Venta a través de internet	7,6 %	7,8 %	7,6 %	7,6 %	8,6 %
Venta directa	16,1 %	17,4 %	20,7 %	24,3 %	25,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: Euromonitor, 2022

Dificultades derivadas de una legislación opaca

Los aranceles correspondientes a los suplementos nutricionales difieren en función del producto y se sitúan entre 0 y 15,6 %. No obstante, gracias al acuerdo comercial UE-Vietnam (EVFTA), estos aranceles desaparecerán en etapas progresivas antes del 1 de enero de 2027. Por lo tanto, las barreras de entrada son fundamentalmente administrativas: la legislación vietnamita es opaca y el proceso de registro, largo y costoso.

ICEX

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

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

