

Modaes

Entorno

Vietnam, de fabricante a mercado de consumo: el país triplicará sus ventas de moda hasta 2022

Se prevé que las ventas del sector en el mercado vietnamita rocen los mil millones de dólares (850 millones de euros) en cinco años, frente a los 358 millones de dólares del año pasado. Gigantes mundiales como H&M e Inditex han elevado su apuesta por el país.

Lorenzo Molina
15 dic 2017 - 04:54

Vietnam, de fabricante a mercado de consumo: el país triplicará sus ventas de moda hasta 2022

Vietnam escala posiciones como mercado de consumo en Asia. Se estima que las ventas de ropa, calzado y accesorios en el país se tripliquen en los próximos cinco años, hasta rozar los mil millones de dólares (850 millones de euros). Ante estas previsiones, gigantes del sector como H&M e Inditex han iniciado su ofensiva en el territorio, un mercado cuyo atractivo hasta hace poco se reducía al de polo de aprovisionamiento.

El país seguirá la estela de otros vecinos asiáticos como China, que a lo largo de la última década pasó de ser un mercado clave en el aprovisionamiento a devenir también un destino atractivo para la apertura de tiendas por parte de los retailers internacionales. Aunque el volumen de ventas en el gigante del continente está muy por encima del vietnamita, el aumento de la demanda de moda por parte del consumidor chino será del 92% hasta 2022, frente al alza del 175% que anotará Vietnam, según datos de *Statista*.

En concreto, las ventas de moda en Vietnam en 2022 ascenderán a 988 millones de dólares (839,6 millones de euros). **Dos terceras partes de los ingresos provendrán de las prendas de vestir**, mientras que el tercio restante se reparte entre el calzado, con

Modaes

213,9 millones de dólares (181,7 millones de euros) y los accesorios, con una contribución de 165,1 millones de dólares (140,3 millones de euros).

Por categorías de producto, el consumo de calzado será el que más crezca en los próximos cinco años, hasta casi cuadruplicar sus ventas de 2017, que ascenderán a 61,9 millones de dólares (52,6 millones de euros). **Los complementos triplicarán sus ingresos entre este año y 2017, mientras que los de la ropa se elevarán un 149% respecto a 2017**, en el que se estima que generen un volumen de negocio de 245 millones de dólares (208,2 millones de euros).

El mercado vietnamita cuenta con una población de más de 96 millones de habitantes, con una edad media de treinta años. En la actualidad, tan sólo el 35% de sus habitantes reside en núcleos urbanos, de los cuales Ho Chi Minh, la capital del país, es el más habitado con 7,29 millones de residentes, según *CIA Factbook*.

La economía vietnamita ha mostrado una evolución positiva en los últimos años. El Producto Interior Bruto (PIB) per cápita del país creció un 10% entre 2014 y 2016, pasando de 5.800 dólares (4.929 euros) a 6.400 dólares (5.439 euros). Asimismo, la riqueza de Vietnam ha crecido a ritmos de en torno al 6% en los últimos tres años.

Todos estos factores han ejercido un enorme magnetismo entre los mayores grupos de moda a escala global. **H&M, el segundo mayor operador del sector por volumen de negocio, desembarcó en Vietnam el pasado septiembre con la apertura de su primera tienda en el país.**

El establecimiento, de 2.000 metros cuadrados de superficie, se encuentra en el centro comercial Vincom Center Dong Khoi de Ho Chi Minh. Este otoño, la compañía abrió un segundo punto de venta en el mercado vietnamita, ubicado en el complejo Royal City de la ciudad de Hanói.

Inditex llegó a Vietnam en otoño de 2016, cuando puso en marcha su primera tienda en el país. El gigante gallego abrió un punto de venta de Zara en el centro comercial Vincom Center de Ho Chi Minh.

H&M desembarcó en Vietnam el pasado septiembre,

Modaes

mientras que Inditex realizó su primera apertura con Massimo Dutti en el país, donde sólo operaba con Zara

El grupo tuvo un único establecimiento en el mercado vietnamita hasta el pasado septiembre, cuando **Inditex trajo Massimo Dutti al país con una apertura en la capital**, en el mismo complejo en el que ya operaba con Zara.

Mango, la segunda mayor empresa del sector en España por volumen de negocio, estaba presente en Vietnam con catorce puntos de venta a cierre del ejercicio 2016, todos ellos franquiciados.

Pese al inicio de planes de expansión por parte de varios operadores, **Vietnam todavía juega un rol más importante como polo de aprovisionamiento para la moda**. Inditex, por ejemplo, trabaja con cuatro proveedores y 132 fábricas en el país, uno de sus doce clústers productivos en todo el mundo. H&M, por su parte, cuenta con 32 proveedores en Vietnam y se aprovisiona en más de cuarenta fábricas diseminadas por todo el país. La estadounidense Gap, tercer mayor grupo del mundo por volumen de negocio, compra el 25% de sus colecciones a proveedores vietnamitas, según consta en su memoria anual de 2016.