

---

# Estudio de Mercado Choritos Congelados en Hong Kong

Junio 2012

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Hong Kong SAR

**pro|CHILE**

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	4
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	4
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	4
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	5
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	5
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	5
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	8
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos</b> .....	8
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	9
<b>1. Estadísticas 2011</b> .....	9
<b>2. Estadísticas 2010</b> .....	9
<b>3. Estadísticas 2009</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	10
<b>1. Potencial del producto</b> .....	10
<b>1.1. Formas de consumo del producto</b> .....	11

<b>1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....</b>	<b>11</b>
<b>1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....</b>	<b>11</b>
<b>1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....</b>	<b>11</b>
<b>1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto. ....</b>	<b>11</b>
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>12</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail.....</i>	<i>13</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>13</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>14</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>16</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>16</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>17</i>

## PRODUCTO:

- 1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**  
0307.3900 Los demás mejillones (mytilus spp., perna spp.) incluso separados de sus valvas, congelados, secos, salados o en salmuera
  
- 2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**  
Mejillones congelados
  
- 3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**  
03073910---MUSSELS (MYTILUS SPP., PERNA SPP.), FROZEN (KG)

## SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

- 1. ARANCEL GENERAL:**  
Cero
  
- 2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):**  
No hay
  
- 3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**  
No hay
  
- 4. OTROS IMPUESTOS:**  
No hay

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No hay



## REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

### 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

La ley básica de alimentos de Hong Kong - Part V (Food and Drugs) of the Public Health and Municipal Services Ordinance (Cap. 132)- establece como principio básico que cualquier alimento que se intente vender en el mercado debe ser apto para el consumo humano.

Los alimentos importados que ingresen al territorio deben venir acompañados de un certificado de salud emitido por la autoridad competente del país de origen, que en el caso de Chile corresponde a SERNAPESCA - que acredite que el producto está apto para el consumo humano. Dicha certificación cobra mayor importancia en los productos marinos, considerados de alto riesgo, en función de la mayor probabilidad de contaminación bacteriológica y/o química en las zonas de cultivo o de procesamiento. (Guía para la importación de productos marinos en: <http://www.fehd.gov.hk/fehd/safefood/safe-marine.html> )

La legislación local autoriza al Food and Environmental Hygiene Department, FEHD- organismo responsable de implementar las políticas de seguridad alimentaria, a inspeccionar los productos que ingresan al territorio y someterlos a análisis bacteriológicos, químicos, etc.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_lgfa.html](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_lgfa.html)

Los productos importados “pre empaquetados” (\*) deben ser etiquetados en idioma inglés y/o chino, y contener la siguiente información:

1. **Nombre del producto:** el nombre que se indique no debe ser falso o engañoso. Este debe servir para que el consumidor lo identifique de acuerdo a la naturaleza y tipo de producto.
2. **Lista de Ingredientes:** precedidos por las palabras “ingrediente”, “contenido”, “composición” u otra palabra similar, deben listarse en orden descendente de acuerdo al peso o volumen de los mismos. Si se utilizan aditivos, estos deben ser indicados especificando el nombre o la categoría de estos (preservante, edulcorante, etc.) o por nombre y categoría.
3. **Fecha de expiración:** Usando las palabras “best before” o “used by”, seguido de la fecha.
4. Si el alimento requiere condiciones especiales de almacenaje, estas deben ser informadas en la etiqueta.
5. **Nombre y dirección del productor**
6. **Pesos o volúmenes netos**

(\*): **Pre empaquetados:** se entiende como cualquier alimento envasado de tal forma que su contenido no puede ser alterado sin que se abra o cambie su empaque y que esta listo para ser vendido al consumidor final o establecimiento de catering.

### Substancias prohibidas

Se prohíbe la importación de alimentos que contengan ciertas sustancias en concentraciones excesivas.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_list.html#hs](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_list.html#hs)

### Metales Pesados

Se prohíbe la venta de alimentos que contengan metales pesados, con excepción de aquellos naturalmente presente en ciertas concentraciones.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_mc.html#mc\\_reg3](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_mc.html#mc_reg3)

### Embalaje

En Hong Kong no se aplican exigencias específicas al embalaje de los productos importados, no obstante, al momento de decidir el empaque se debe tener en consideración las condiciones climáticas de Hong Kong (altas temperaturas y Humedad)

Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg.html](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg.html)

### Etiquetado

La misma ordenanza antes mencionada, establece que todos los alimentos necesitan etiquetado nutricional a menos que estén explícitamente exentos de esto. En el siguiente link se puede encontrar mayor información al respecto.

[http://www.cfs.gov.hk/english/progsamme/progsamme\\_nifl/progsamme\\_nifl\\_faq.html#2q1](http://www.cfs.gov.hk/english/progsamme/progsamme_nifl/progsamme_nifl_faq.html#2q1)

En el siguiente links entrega una guía en relación a los tamaños de las porciones a especificar en las etiquetas nutricionales.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/files/Serving\\_size\\_of\\_prepackaged\\_food\\_clean\\_e.pdf](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/files/Serving_size_of_prepackaged_food_clean_e.pdf)

Existe también en Hong Kong el *Small Volume Exemption Scheme*, a través del cual lo productos pre-embasados que tengan ventas de menos de 30.000 unidades, pueden ser beneficiados con la exención del etiquetado nutricional.

[http://www.cfs.gov.hk/english/progsamme/progsamme\\_nifl/progsamme\\_nifl\\_SVE\\_Web-based\\_Platform\\_Services.html](http://www.cfs.gov.hk/english/progsamme/progsamme_nifl/progsamme_nifl_SVE_Web-based_Platform_Services.html)

Desde el 9 de Julio del 2007 está vigente última modificación a la Ley de Etiquetado para productos pre empaquetados, alergénicos, aditivos alimentarios y formatos de fechas. La legislación contempla la inclusión en la

etiqueta de información relativa a sustancias alergénicas, ingredientes y aditivos, así como también fecha de expiración. Los detalles pueden ser encontrados en:

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_lgfa.html](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_lgfa.html)

Los productos importados “pre empaquetados” (\*) deben ser etiquetados en idioma inglés y/o chino, y contener la siguiente información:

7. **Nombre del producto:** el nombre que se indique no debe ser falso o engañoso. Este debe servir para que el consumidor lo identifique de acuerdo a la naturaleza y tipo de producto.
8. **Lista de Ingredientes:** precedidos por las palabras “ingrediente”, “contenido”, “composición” u otra palabra similar, deben listarse en orden descendente de acuerdo al peso o volumen de los mismos. Si se utilizan aditivos, estos deben ser indicados especificando el nombre o la categoría de estos (preservante, edulcorante, etc.) o por nombre y categoría.
9. **Fecha de expiración:** Usando las palabras “best before” o “used by”, seguido de la fecha.
10. Si el alimento requiere condiciones especiales de almacenaje, estas deben ser informadas en la etiqueta.
11. **Nombre y dirección del productor**
12. **Pesos o volúmenes netos**

**(\*): Pre empaquetados:** se entiende como cualquier alimento envasado de tal forma que su contenido no puede ser alterado sin que se abra o cambie su empaque y que está listo para ser vendido al consumidor final o establecimiento de catering.

#### **Substancias prohibidas**

Se prohíbe la importación de alimentos que contengan ciertas substancias en concentraciones excesivas.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_list.html#hs](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_list.html#hs)

#### **Metales Pesados**

Se prohíbe la venta de alimentos que contengan metales pesados, con excepción de aquellos naturalmente presente en ciertas concentraciones.

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/food\\_leg\\_mc.html#mc\\_reg3](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_mc.html#mc_reg3)

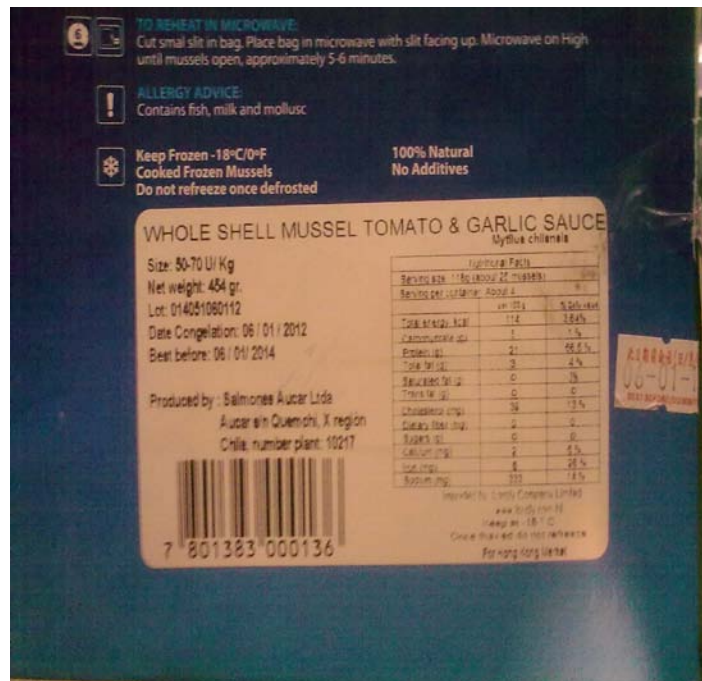
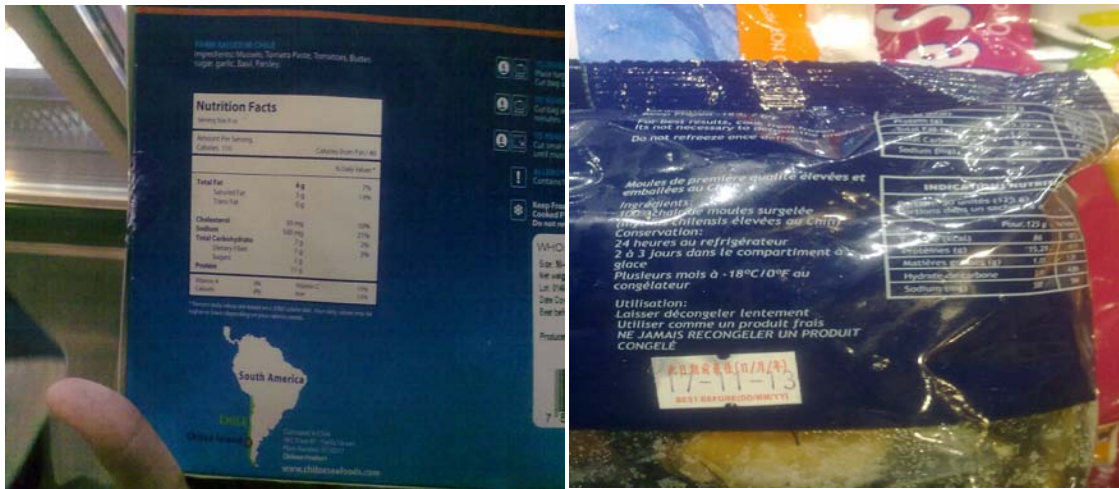
#### **Embalaje**

En Hong Kong no se aplican exigencias específicas al embalaje de los productos importados, no obstante, al momento de decidir el empaque se debe tener en consideración las condiciones climáticas de Hong Kong (altas temperaturas y humedad).

**2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:**

Food and Environmental Hygiene Department - [www.fehd.gov.hk](http://www.fehd.gov.hk)

**3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS**





# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

A continuación se presentan las estadísticas de importación de mejillones (03073910) por parte de Hong Kong en los últimos tres años.

Es importante destacar que el mercado se encuentra dominado por Nueva Zelanda. En un segundo lugar se encuentran Canadá, Usa, Japón y Chile, pero es importante destacar que en el último año Canadá se consolidó como segundo proveedor.

## 1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales Países de Origen	Cantidad (94Miles KG)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
NUEVA ZELANDA	1.365	6.186	77.1
CANADA	235	880	11.0
USA	176	464	5.8
Chile (4)	75	179	2.2
Subtotal	1.851	7.709	96.1
Total	1.906	8.025	100

## 2. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad (94Miles KG)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
NUEVA ZELANDA	1.419	5.419	87.0
CANADA	75	256	4.1
Chile (3)	84	227	3.6
USA	37	87	1.4
Subtotal	1.615	5.989	96.1
Total	1.666	6.231	100

### 3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad (94Miles KG)	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
NEW ZEALAND	1.149	4.336	75.3
JAPON	39	541	9.4
CANADA	114	354	6.2
Chile (5)	54	133	2.3
Subtotal	1.356	5.364	93.2
Total	1.463	5.756	100

Fuente: *the Hong Kong Trade Development Council*

## V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

### 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

En la cultura china, donde la vida a menudo gira en torno a la comida, los productos de mar son el alimento predilecto. En dicha cultura la concreción de negocios, las celebraciones familiares y festivas, tienen incluido un banquete, el que sólo adquiere el prestigio deseado si los productos del mar están presentes en la mesa.

Hong Kong tiene un alto consumo per cápita de productos pesqueros y una pesquería que se concentra en peces y mariscos que se expenden en estado vivo.

El 2011 las importaciones de Hong Kong de productos del mar para consumo humano totalizaron US\$ 3.025 millones, siendo Japón el principal abastecedor (18,2%), materializando envíos valorados en US\$ 549 millones, seguido por China (14,4%) y Australia (7,5%). Chile con el 0,9% del total importado alcanzó envíos valorados en 26 millones de dólares americanos y mostró una caída 1,2% respecto al 2010.

Las re-exportaciones de Hong Kong el año 2011 alcanzaron los US\$ 477 millones, de las cuales el 29,8% fue destinado a la República Popular China e Indonesia en un 11,2%. Las reexportaciones a China están compuestas fundamentalmente de pescados secos, seguido de los congelados, en tanto que los productos importados en estado vivo o fresco enfriado son, mayoritariamente, consumidos por la población de Hong Kong.

Respecto a Mejillones congelados, las importaciones durante el 2011, las importaciones de Hong Kong aumentaron más de un 14 % en volumen y más de 28% en valores, con respecto al año anterior, continuando N. Zelanda como

el principal abastecedor del mercado (77%), seguido de Canadá (11%) y USA (5,8%). Chile aparece en cuarto lugar como abastecedor del mercado, con un 2,2% en valores.

**1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

Formas de consumo del producto.: en sopas y al vapor, otras recetas de comida china

**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

Las dos cadenas de supermercados más importantes de Hong Kong, es decir, Park n Shop y Wellcome, además de su venta directa, también venden todos sus productos a través de internet, pero no productos congelados por posible pérdida de la cadena de frío.

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

En un principio el consumidor solo consumía el producto en media concha y de color verde en la orilla de la concha (N. Zelanda) y poco a poco su preferencia ha ido cambiando por el ahora llamado “*Blue Mussels*” (chileno), por su sabor más fuerte y precios más *competitivos*. *Sin embargo* se necesita promoción para mejorar la posición del producto chileno en el mercado.

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

No aplica, en el mercado prácticamente no existen estaciones o temporadas para el consumo del producto, dado se importa durante todo el año.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

El producto es consumido principalmente en restaurantes.

## VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La cadena de distribución está compuesta por el importador, los vendedores mayoristas y finalmente por los supermercados y el canal HORECA. A continuación se detalla cada eslabón de la cadena.

El Canal de distribución incluye a los importadores que en su mayoría son también distribuidores, HORECA, supermercados tipo gourmet y finalmente al consumidor.

Los supermercados e hipermercados de alta calidad tienen una amplia gama de productos importados desde países desarrollados e incluidos los mejillones congelados.

Se debe tener en consideración que el acceso a supermercados e hipermercados presentan el desafío de tener que solventar el costo de usar sus espacios, costo que varía según la estación y demanda y además que no se garantiza un permanente acceso en las estanterías refrigeradas. Los *slotting fees* de aprox. HKD 1000 por SKU por local.

En Hong Kong existen dos grandes cadenas de supermercados, Park’N Shop y Wellcome, que según fuentes ligadas al sector señalan que representan aproximadamente el 77% de las ventas de este tipo de establecimientos.

El sector de *hoteles y restaurantes*, constituyen también uno de los principales segmentos para los mejillones chilenos congelados que se consumen en Hong Kong, los que a menudo son incluidos en almuerzos o cenas tipo buffet en las más variadas recetas de comida china.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL

Marca	País de Origen	Precio HK\$	Lugar de Exhibición	Empaque	Estrategia de Promoción	Comentarios
Pier 33 Gourmet (Camanchaca) (454g)	Chile	\$37.5	En la mitad de la góndola de congelados.	Tetra Pack	n/a	2 Sabores: butter garlic y white wine
Chiloe Seafoods (454g)	Chile	\$49.9	En la mitad de la góndola de congelados.	Tetra Pack	n/a	Solo un sabor
Green Seafood (2LB)	Canada	\$59.9	Góndola refrigerada	Sellado al vacío	<del>\$69.9</del> => \$59.9	En jugo Natural
Chiloe Seafoods (500g)	Chile	\$59.9	Góndola refrigerada	Bolsa de plástico	n/a	En jugo Natural

## VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Avisos en prensa especializada, posters, degustaciones y avisos en TV son las principales actividades realizadas por los principales abastecedores del mercado, especialmente por Nueva Zelanda, principal abastecedor del mercado.

Los mejillones son un producto muy conocido y apetecido por la comunidad china en el mundo entero. Las promociones para el producto, principalmente se limitan a degustaciones en restaurantes, participación en ferias especializadas y en visitas a importadores, así como en invitaciones a importadores para conocer planteles de producción y/o acuicultivos.

# IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

A continuación se muestran algunos ejemplos de productos en el retail.







## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Hong Kong es un mercado dinámico y eficiente y en constante búsqueda de nuevos productos y/o abastecedores para el logro de más y nuevos negocios. El abastecimiento de alimentos y bebidas depende en un 100% de las importaciones, que provienen de una amplia gama de países. Hong Kong es el mercado más libre del mundo y es también donde se enfrenta una fuerte competencia entre los abastecedores.

Hong Kong es un mercado muy sensitivo a los precios en donde las decisiones de compra dependerán en gran medida de este factor. Para ingresar a él, se debe estar en condiciones de competir, en términos de precio y calidad, con los mejores del mundo.

El desarrollar y mantener buenas relaciones personales siempre es un factor clave en este mercado. Es sabido que los negocios fluirán sin complicaciones si se logra desarrollar la confianza entre las partes. Para lo anterior visitar el mercado es vital al momento de pensar en exportar a Hong Kong, visita que puede materializarse en el marco de alguna de las múltiples ferias especializadas que se desarrollan durante el año en Hong Kong.

El contacto permanente con los importadores es clave, así como el apoyo en actividades de promoción centradas en general en promociones del producto en restaurantes y hoteles, que constituyen los clientes del importador.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### **HOFEX 2013**

The 15rd Asian International Exhibition of Food & Drink, Hotel, Restaurant & Food service Equipment, Supplies & Services

Time: 07 - 10 May 2011

Exhibition Profile: Food & Drinks; Wines, Spirits & Beers; Tea & Coffee; Hospitality IT; Catering & Foodservice Equipment; Bakery Equipment & Ingredients; Hotel Supplies & Hospitality Interiors; Natural/Organic Food; Spa & Well-Being Tea & Coffee Village; Wine & Spirits Square; Hospitality IT · N.O.W. - Natural, Organic & Well-Being

Venue: Hong Kong Convention & Exhibition Centre.

Website: [www.hofex.com](http://www.hofex.com)

### **Food Expo 2012**

Time: 16th - 20th August, 2012

Venue: Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Website: <http://hkfoodexpo.hktdc.com>



## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1. Hong Kong Trade Development Council  
<http://www.hktdc.com>
2. Food and Environmental Hygiene Department  
[www.fehd.gov.hk](http://www.fehd.gov.hk)
3. Census and Statistics Department  
<http://www.censtatd.gov.hk>
4. Hong Kong Customs and Excise Department  
<http://www.customs.gov.hk>
5. Hong Kong General Chamber of Commerce  
<http://www.chamber.org.hk>
6. Chinese General Chamber of Commerce  
<http://www.cgcc.org.hk>
7. Food and Health Bureau  
<http://www.fhb.gov.hk>

Documento Elaborado por:

Guillermo Garrido [ggarrido@prochile.gob.cl](mailto:ggarrido@prochile.gob.cl)

Agustín Chaparro [agchaparro@prochile.gob.cl](mailto:agchaparro@prochile.gob.cl)