

# CÓMO HACER NEGOCIOS CON HONG KONG SAR 2016

## COMERCIO EXTERIOR

### 1. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2015

Nº	País	Exportaciones En US\$ mill	Importaciones En US\$ mill	Importaciones %
1	CHINA	248.271	254.365	49,0
2	TAIWAN	8.337	35.178	6,8
3	JAPAN	15.740	33.371	6,4
4	SINGAPORE	7.494	31.521	6,1
5	U S A	43.871	27.043	5,2
6	KOREA REP	6.972	22.062	4,3
7	MALAYSIA	3.743	12.062	2,3
8	THAILAND	6.294	10.886	2,1
9	INDIA	13.055	10.630	2,0
10	SWITZERLAND	3.458	7.923	1,5
11	PHILIPPINES	3.300	7.241	1,4
12	GERMANY	9.009	6.807	1,3
13	VIETNAM	9.822	6.527	1,3
14	ITALY	2.966	6.299	1,2
15	UNITED KINGDOM	7.020	6.126	1,2
	Subtotal	399.168	478.041	92,1
	Resto	63.047	40.731	7,9
	Total	462.215	518.772	100,0

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.*

Hong Kong es uno de los puertos y centros de redistribución más importantes de Asia y el Mundo - como referencia 2015 recibió alrededor de 20.073.000 contenedores.<sup>1</sup>

Una de las razones que explican este nivel de desarrollo, es su ubicación geográfica. En el delta del Río Perla, Hong Kong ha jugado un rol clave en el proceso de apertura económica China y en particular para la del sur de esta gigantesca economía.

Las estadísticas recién presentadas dan prueba de esto, siendo China su principal socio comercial.

<sup>1</sup> Summary Statistics on Port Traffic of Hong Kong, March 2016, Transport and Housing Bureau, p.16  
“[http://www.pdc.gov.hk/docs/summary\\_statistics.pdf](http://www.pdc.gov.hk/docs/summary_statistics.pdf)”

## 2. IMPORTACIONES POR PRODUCTO:

Importaciones de Hong Kong Año 2015 (Por SITC 3 Digits):

Nº	Producto	En US\$ Mill	Participación %
1	Semi-Conductores	114.094	22,0
2	Equipo de telecomunicación, audio y video	94.343	18,2
3	Computadoras	22.376	4,3
4	Perlas, piedras preciosa y semi-preciosa	20.631	4,0
5	Aparatos electrónicos	20.085	3,9
6	Máquinas y computadoras de oficina	17.142	3,3
7	Joyas	12.502	2,4
8	Equipos y Maquinas que genera electricidad	12.356	2,4
9	Relojes	9.444	1,8
10	Petróleo	8.973	1,7
	SUBTOTAL	331.946	64,0
	RESTO	186.826	36,0
	TOTAL	518.772	100,0

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.*

Las importaciones de productos de Hong Kong no están concentradas y se trata básicamente, a excepción de los diamantes y el petróleo, de bienes de alta tecnología y manufacturas vinculadas con el comercio internacional de China.

## RELACIONES BILATERALES CON CHILE

### 1. ACUERDOS Y/O TRATADOS VIGENTES

Durante la cumbre de líderes de APEC en Vladivostok en septiembre del 2012 y luego de tres rondas de negociaciones, Chile y Hong Kong suscribieron un TLC. En Octubre del 2016, se celebra un año de entrada en vigor de este TLC, con grandes posibilidades de cerrar las negociaciones sobre el capítulo de protección y promoción de inversiones entre ambas economías. Si bien Hong Kong es un puerto libre de aranceles, este acuerdo es una clara señal de confianza hacia la economía Chilena y es de esperar que fortalezca la relación bilateral, principalmente en el campo de las inversiones y servicios.

También es importante destacar que durante el 2012 la autoridad sanitaria de Hong Kong reconoció a su contraparte chilena SAG como una entidad competente en al ámbito de las Carnes, lo cual significa que los productos cárnicos chilenos que importe Hong Kong desde Chile y que cuenten con la certificación del SAG no serán revisados en puerto.

Es importante mencionar que InvestHK, la agencia gubernamental encargada de promover las inversiones extranjeras en Hong Kong, tiene un Memorando de Entendimiento (MOU) con InvestChile y además existe un MOU en el área laboral entre nuestro Ministerio del Trabajo y su contraparte de Hong Kong.

Por último, el gobierno de Chile suscribió un MOU en el área de los vinos con el gobierno de Hong Kong SAR. Este es un punto a considerar, ya que el gobierno de Hong Kong ha desarrollado esfuerzos importantes con el objetivo de posicionar a Hong Kong como un hub internacional del vino.

**COMERCIO CON CHILE**

El comercio bilateral entre Chile y Hong Kong fue 1.125.810.000 dólares en el 2015.<sup>2</sup>

**2. IMPORTACIONES DESDE CHILE 2015 (POR CÓDIGO SITC 3 DIGITS)**

Nº	CÓDIGO SITC	Producto	En Miles US\$	Participación%
1	057	Fruta fresca y frutos secos	446.044	86.6
2	112	Bebidas alcohólicas	20.926	4.1
3	012	Carne e interiores fresca, refrigerada o congelada	8.008	1.6
4	034	Pescados frescos, refrigerados o congelados	7.031	1.4
5	037	Pescados, crustáceos y moluscos preparados o conservados	6.685	1.3
6	036	Crustáceos y moluscos refrigerados, congelados, secados o salados	6.142	1.2
7	764	Equipo de telecomunicación, audio y video	3.345	0.7
8	611	Pieles y cueros en bruto	2.287	0.4
9	017	Carne e interiores preparada o conservada	2.091	0.4
10	035	Pescado seco, ahumado, salado y en salmuera; harina de pescado	2.076	0.4
SUBTOTAL			504.635	98.1
RESTO			10.252	1.9
TOTAL			514.887	100.0

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.*

Estas cifras son bajo el Standard International Trade Clasification, usado por las Naciones Unidas. Sin embargo, Chile se ubica en el top 5 en lo que se refiere a vinos.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.

<sup>3</sup> Wines of Chile 2015.

**Participación de las importaciones desde Chile en el total importado por Hong Kong**

CÓDIGO SITC	Producto	Importado En Miles US\$	Participación en HK (%)	Lugar Nº
057	Fruta fresca y frutos secos	446.044	12.0	3
112	Bebidas alcohólicas	20.926	1.0	11
012	Carne e interiores fresca, refrigerada o congelada	8.008	0.2	24
034	Pescados frescos, refrigerados o congelados	7.031	0.7	18
037	Pescados, crustáceos y moluscos preparados o conservados	6.685	1.6	11
036	Crustáceos y moluscos refrigerados, congelados, secados o salados	6.142	0.4	26
611	Pieles y cueros en bruto	2.287	0.1	38
017	Carne e interiores preparada o conservada	2.091	0.2	33

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.*

Para una referencia de las estadísticas de importación desde Chile por parte de Hong Kong, revisar Sección 3 del presente capítulo, ***Oportunidades Comerciales para los Productos Chilenos.***

**Exportaciones a Chile 2015**

Nº	Producto	En Miles US\$	% Participación
1	Equipos de telecomunicaciones, audio y video	368,219	60.3
2	Vestuarios y accesorios	59,553	9.7
3	Maquinaria de oficina y computadora	51,950	8.5
4	Calzados	44,657	7.3
5	Artículos diversos	22,217	3.6
6	Maquinaria Electrónica	18,983	3.1
7	Aparatos Ópticos	13,006	2.1
8	Artículos de viaje, bolsa	6,951	1.1
9	Instrumentos profesionales, científicos	4,926	0.8
10	Manufactura de metales	3,395	0.6
SUBTOTAL		593,857	97,2
RESTO		17,066	2,8
TOTAL		610,923	100

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.*

Aprovechando las ventajas que ofrecía China Continental en cuanto a costos, en la década de los 70's y 80's, la industria productiva de Hong Kong fue trasladada al sur de China, específicamente a la provincia de Guangdong. Esto fue producto de una política de apertura por parte de China Continental iniciada por Deng Xiao Ping. Ahora bien, aún existen algunas industrias en Hong Kong, estas son básicamente los artículos manufacturados, como por ejemplo los juguetes y los relojes, lo cual se puede apreciar en las estadísticas de exportación desde Hong Kong a Chile en el 2013. El resto de los productos exportados por Hong Kong a Chile son bienes de alta tecnología y manufacturas vinculadas con el comercio internacional de China.

### 3. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA LOS PRODUCTOS CHILENOS

Basado en el crecimiento de nuestras exportaciones en los últimos años, sin lugar a dudas el sector **Fruta Fresca** es el que presenta las mayores oportunidades en los mercados de Hong Kong RAE y China continental. Los empresarios del sector, conscientes del aumento de consumo de frutas frescas, han realizado importantes esfuerzos para visitar el mercado, pero se necesita realizar otras actividades de promoción que permitan posicionar a nuestras frutas en la mente del consumidor chino y consolidar nuestra posición. Por ejemplo, promoción online sobre la oferta exportable del sector.

Las visitas al mercado en los últimos años han contribuido al fortalecimiento de nuestros contactos y por ende al aumento de las exportaciones al mercado Chino vía Hong Kong, sin embargo, para un mercado tan grande y codiciado por todos como lo es el mercado Chino, es urgente que el sector realice una campaña de promoción genérica dirigida a los consumidores.

El segundo producto chileno en importancia lo constituyen los **Productos del Mar**, cuyas exportaciones en el 2015 al mercado de Hong Kong tanto en congelados como en conserva alcanzaron los USD 21,9 millones<sup>4</sup>.

Productos tales como los mejillones, los abalones y salmones han logrado un cierto reconocimiento en el mercado, el que debiera ser aprovechado por los exportadores. Además, Chile cuenta con un producto estrella de reconocido prestigio en el sector HORECA, el Chilean Seabass, por lo que una estrategia de promoción conjunta y liderada por este último producto, traería grandes beneficios al sector.

Los productos **Cárnicos** también tienen un gran potencial en el mercado de Hong Kong RAE, pero necesitan mayor promoción para dar a conocer su oferta exportable, recomendándose la participación en ferias (Hofex, Food Expo, etc) y visitas de prospección al mercado. De acuerdo al interés manifestado por los importadores y considerando las costumbres culinarias de la región, las carnes con mayores posibilidades son: Pollo, Cerdo, Cordero y aquellas carnes consideradas como exóticas, por ejemplo, la carne de Jabalí.

Otro sector relevante son los **Vinos**, no sólo por su volumen y valor, sino porque son el producto que por lejos más se vincula a Chile en estas latitudes. El desafío radica en posicionar a Chile como un país productor y proveedor de vinos de alta gama. El mercado de Hong Kong está saturado de vinos y la única manera de marcar la diferencia es a través de los vinos premium o alta gama.

Las medidas de facilitación de entrada de vinos a China continental han sido, desde que se liberara el mercado de los vinos en Hong Kong RAE, una de las metas del Gobierno para convertirse en el "Wine Hub" de Asia. Por un lado, Hong Kong ha eliminado todos los impuestos relacionados a vinos desde febrero de 2008. Tampoco considera IVA o impuesto al valor agregado a estos productos. Hong Kong es el primer puerto libre de vino entre las principales economías de Asia y el mundo.<sup>5</sup>

Por otro lado, para fomentar el desarrollo de Hong Kong como el "Wine Hub" de Asia tal como el centro del comercio del vino y la distribución en Asia, el *Customs and Excise Department* de Hong Kong y la *General Administration of Customs* de China firmaron, el 9 de Febrero de 2010, el "Acuerdo de Cooperación sobre Medidas de Facilitación Aduanera para que los vinos puedan entrar en China Continental a través de Hong Kong" para agilizar el despacho aduanero de vino importado en China a través de Hong Kong. De ese modo, Hong Kong es el único sitio en el mundo que ha firmado un acuerdo de estas características con China, lo que permite realizar la importación de vinos hacia China de manera

<sup>4</sup> Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Department

<sup>5</sup> [http://www.cedb.gov.hk/citb/wine/en/why\\_hk.html](http://www.cedb.gov.hk/citb/wine/en/why_hk.html)

más expedita.<sup>6</sup> Además, Hong Kong cuenta con bodegas para almacenar el vino que podría ser distribuido al sur de China Continental o a otros lugares del Sudeste Asiático.

A partir de Enero 2010, un reciente acuerdo acortó a un día hábil los tiempos de aduana en China para el ingreso de vinos que entren vía HK RAE (anteriormente el tiempo era 10-15 días) y permitió la liberación de los mismos bajo un depósito de garantía cuando el trámite aduanero no se haya completado en un plazo de 7 días hábiles (antes la carga no era liberada hasta que se completara el trámite aduanero).

Hong Kong está considerado como uno de los mayores consumidores de vino de Asia. En el 2012 el consumo per cápita anual fue de 5,4 litros, significativamente mayor que el de Japón (3 litros) y el de Singapur (2 litros). Un estudio realizado por la Vinexpo 2014, pronosticando el consumo de vino en Hong Kong indica que entre el 2013 y el 2017 habrá un crecimiento del 17.4%, alcanzando 51.6 millones de botellas e incrementándose en un 18,6% equivalente a USD\$535,1 millones para el final del 2017.<sup>7</sup>

Por consiguiente, es urgente que el sector realice mayores actividades de promoción en el mercado de Hong Kong RAE, tales como: campañas genéricas similares a las realizadas hace 15 años cuando se introdujo el vino al mercado (promoción en estaciones del Metro, publicidad en los tranvías y ferries con imágenes de Chile y sus vinos); participar activamente con un pabellón en la feria Internacional y el festival de vinos que anualmente organiza el gobierno de Hong Kong, y realizar mini campañas de promoción y participación en ferias especializadas en Macao RAE. Chile hoy se encuentra entre los principales proveedores del mercado y enfrenta una fuerte competencia, por lo que se deben realizar acciones que apunten a consolidar esta posición, mostrando a Chile como productor y exportador de vinos de alta gama.

Existen además buenas posibilidades para otros productos tales como:

**Frutos Secos:** Destacando que todos pueden ser exportados a este mercado, es importante considerar las oportunidades que existen para las nueces y almendras ya que ambas gozan de un excelente prestigio debido a su calidad. Además, las ciruelas y pasas deshidratadas se han convertido en un nicho interesante ya que cada vez son más apetecidas. Esto, responde a la preocupación de la población en Hong Kong de mantener una vida saludable.

**Productos Orgánicos:** Esto principalmente para el mercado de Hong Kong y no para re-exportación, ya que en el sur de China estos productos aún no son tan valorados y la demanda es muy limitada. Ahora bien, es importante las visitas de prospección al mercado y la participación en las ferias de productos orgánicos (Lohas y Vitafoods Asia) en Hong Kong. La población, cada vez consume más productos saludables, convirtiéndose en un hábito al consumo.

**Cosméticos:** Importante fue la participación de 10 Empresas chilenas en la Feria de cosméticos más grande de Asia, Cosmoprof 2015. Productos en base a baba de caracol, los cuales ya se encuentran presente en el mercado debido a su popularidad en países como Corea y Taiwán, naciones que marcan la pauta en este tipo de productos de belleza. Sin embargo, productos sobre el cuidado de la piel y rejuvenecimiento son apetecidos cada vez más, debido a la tendencia en tener una piel saludable y sana.

Hong Kong se ha ido convirtiendo en el hub regional para las industrias creativas, tales como: arte y cultura, arquitectura, diseño, entretención digital, cine, música, media, anuncios publicitarios, publicidad, marketing digital, etc. El sector de las industrias creativas juega un rol primordial en la

---

<sup>6</sup> [http://www.tid.gov.hk/english/import\\_export/nontextiles/wine/index.html](http://www.tid.gov.hk/english/import_export/nontextiles/wine/index.html)

<sup>7</sup> <http://www.investhk.gov.hk/wp-content/uploads/2015/10/2015.04-wine-en.pdf>

economía de Hong Kong, tanto así que el Gobierno ha creado un fondo para apoyar aquellas empresas creativas, llamado CreateHK.<sup>8</sup>

Los servicios educacionales y las tecnologías de la información son otras oportunidades que nuestra oferta exportable debería aprovechar. Por ejemplo, en el tema educacional cada vez son más las universidades con programas de intercambio. Habría una oportunidad clara para que Learn Chile y Chile Inside ofrezcan sus servicios y desarrollen programas de intercambio con universidades de Hong Kong y así fomentar más nuestra imagen país. Hay tres universidades de Hong Kong entre las mejores 80 universidades a nivel mundial<sup>9</sup>.



## PROCESO DE IMPORTACIÓN

### 1. ARANCELES DE IMPORTACIÓN

No hay

### 2. NORMATIVAS

Hong Kong SAR es un puerto libre con la excepción de alcoholes de más de 30 grados y tabacos que tienen arancel aduanero. Puede importarse cualquier mercadería, menos armas y explosivos, que por razones obvias necesitan de permiso especial.

Respecto a los productos que a Chile más le interesan, es decir, alimentos y bebidas, la ley básica de Hong Kong - [Part V \(Food and Drugs\) of the Public Health and Municipal Services Ordinance \(Cap. 132\)](#)- establece como principio capital que cualquier alimento o bebida 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 acredite que el producto es apto para el consumo humano.

La legislación autoriza al *Food and Environmental Hygiene Department*, (FEHD) como el organismo responsable de implementar las políticas de seguridad alimentaria, inspeccionar los productos que ingresan al territorio y someterlos a análisis bacteriológicos, químicos y otros.

<sup>8</sup> <http://www.investhk.gov.hk/business-opportunities/creative-industries.html>

<sup>9</sup> World Universities Rankings 2015-2016 [https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2016/world-ranking#!/page/0/length/25/sort\\_by/rank\\_label/sort\\_order/asc/cols/rank\\_only](https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2016/world-ranking#!/page/0/length/25/sort_by/rank_label/sort_order/asc/cols/rank_only)

### **Sustancias 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 presentes 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).

## **3. CERTIFICACIONES**

En relación a este tema, no existe ninguna certificación de tipo obligatoria, pero sí en algunos sectores algunas certificaciones pueden ser relevantes.

Existe una clara tendencia que asigna una gran relevancia a la protección de medio ambiente, por lo que certificaciones de este tipo, son siempre muy bien bienvenidas.

También se está observando una mayor preocupación hacia la sustentabilidad, en especial de industrias alimentarias que producen grandes volúmenes, por ejemplo, los salmones. Existe una preocupación por las condiciones de vida de los animales.

El Gobierno de Hong Kong RAE no emite certificados de calidad, origen y/o fitosanitarios. Sin embargo, exige que éstos sean emitidos por la autoridad pertinente en el país de origen de los productos. Vale decir, en Chile debiesen ser emitidos por SAG, Sernapesca, Direcon, etc. Al respecto, cabe señalar que en el 2015 y en el transcurso del 2016, esta oficina comercial ha recibido varias inquietudes concernientes a la emisión de certificados. Se han identificado certificados emitidos por el SAG con error en el nombre del producto. Por consiguiente, es muy importante que la autoridad responsable de emitir estos tipos de certificados los haga de la forma correcta.

## **4. ETIQUETADOS**

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



la inclusión en la etiqueta de información relativa a sustancias alergénicas, ingredientes y aditivos, así como también fecha de expiración.

Detalles 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)

Adicionalmente a partir del 1º de Julio del 2010 entró en vigencia la nueva ley de etiquetado nutricional, aprobada en Julio de 2007.

Detalles en:

[http://www.cfs.gov.hk/english/food\\_leg/files/nutrition\\_labelling\\_guidance\\_notes.pdf](http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/files/nutrition_labelling_guidance_notes.pdf)

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 del 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 (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 está listo para ser vendido al consumidor final o establecimiento de catering.

## 5. TRÁMITES ADUANEROS

Como el puerto abierto, Hong Kong SAR tiene un mínimo de trámites aduaneros, los cuales pueden realizarse en su mayoría de manera electrónica. Se recomienda coordinación con el importador en esta materia.

# IV. CLAVES PARA HACER NEGOCIOS

## 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Hong Kong SAR está situado en la costa sudeste de China y se extiende sobre una superficie de unos 1,100 kilómetros cuadrados, con más de 260 islas cercanas. Las zonas principales son la isla de Hong Kong, la Península de Kowloon y los Nuevos Territorios. La isla de Hong Kong se encuentra al sur de Kowloon, separadas por el Bahía de Victoria, los Nuevos Territorios están situados al norte de Kowloon y se extienden hasta la frontera con China Continental.

En la isla de Hong Kong se encuentra la mayor cantidad de expatriados, el precio de las propiedades es más alto y están las tiendas más exclusivas. Estos elementos empiezan a revertirse al estar en Kowloon y más aún en los Nuevos Territorios.

Desde Junio de 1997, Hong Kong RAE nuevamente forma parte de la República Popular China, pero bajo el principio “Un país, 2 Sistemas”, que lo hace bastante autónomo, a excepción de Relaciones Exteriores y Defensa.

Cabe mencionar que Hong Kong visto como mercado, debe ser analizado desde dos perspectivas: su carácter de centro re-exportador a la región asiática, fundamentalmente hacia la República Popular China, y un mercado interno de casi 7.32 millones de habitantes con un alto poder adquisitivo (PIB PPP US\$57,000 per cápita<sup>10</sup>) que recibió en el 2015 más de 68.5 millones de turistas (en total 68.488.000 turistas)<sup>11</sup>.

En Hong Kong RAE no existe producción agrícola, por lo cual es una economía que depende mayoritariamente de las importaciones para su abastecimiento de alimentos y bebidas, incluyendo el agua potable.

Hong Kong es un mercado dinámico, eficiente e incluso oportunista en algunos casos, en constante búsqueda de nuevos productos y/o abastecedores y, en definitiva, de nuevos negocios. El abastecimiento de alimentos depende de las importaciones, que provienen de una amplia gama de países y de la misma manera que Hong Kong es el mercado más libre del mundo, es también donde se enfrenta una fuerte competencia entre los abastecedores.

**Población e Idioma:** Hong Kong tiene una población de más de 7 millones de habitantes, lo que hace que algunos de sus distritos sean unos de los más densamente poblados del mundo (la densidad es cerca de 6.000 hab/km<sup>2</sup> mientras que en Santiago un poco más de 400). Más del 70% del territorio de Hong Kong sigue siendo rural con un 40% de parques naturales. Esto significa que Hong Kong posee una de las proporciones más altas de espacios naturales protegidos. Casi el 95% de la población es de origen chino. Las lenguas oficiales son el chino y el inglés. El cantonés es el dialecto del chino más extendido, aunque el mandarín se utiliza cada vez más. Todas las indicaciones están en inglés o inglés y chino.

**Clima:** Hong Kong tiene un clima subtropical con estaciones medianamente definidas. La estación de los tifones abarca desde mayo hasta noviembre. Cuando un tifón se aproxima, se avisa de ello por TV y

<sup>10</sup> Forbes “<http://www.forbes.com/pictures/egim45egde/8-hong-kong/>”

<sup>11</sup> Census and Statistics Department, Government of Hong Kong SAR “[http://partnernet.hktb.com/en/research\\_statistics/index.html](http://partnernet.hktb.com/en/research_statistics/index.html)”

radio y mediante señales numéricas se indica la distancia de la tormenta desde Hong Kong. Cuando un tifón está muy cercano (señal 8) las empresas y las tiendas cierran y pueden cancelarse los vuelos.

Primavera (Marzo – Mayo): temperatura y humedad en ascenso. Las noches son frescas y las temperaturas oscilan entre 18 – 27 grados, la humedad es del 82%.

Verano (Junio – Septiembre): húmedo y caluroso. Las temperaturas oscilan entre 26 – 33 grados, la humedad se acerca al 90%.

Otoño (finales de Septiembre – Diciembre): temperatura y humedad en descenso con días claros y soleados. Las temperaturas oscilan entre 18 – 28 grados y la humedad es del 72%.

Invierno: (mediado de Dic. – Febrero): Frío con humedad baja. La temperatura puede descender hasta 10 grados. Las temperaturas oscilan entre 14 – 20 grados y la humedad es del 60%.

**Moneda:** La moneda local es el dólar de Hong Kong - HKD. El dólar de Hong Kong es una divisa reconocida internacionalmente, su cotización aproximada es USD 1 = HKD 7.7. La mayoría de las divisas y cheques de viaje se pueden cambiar fácilmente en bancos, hoteles u oficinas de cambio, con una pequeña comisión. Los bancos suelen ofrecer los mejores cambios.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Los hongkoneses, en un 95% son de origen chino, pero tienen estándares de vida mucho más occidentales que los chinos continentales y comúnmente HK es considerado como la vitrina de China y en parte, de Asia también. Se trata de consumidores muy bien informados a quienes les gusta innovar y son conscientes de la salud y el bienestar.

La decisión de compra de los consumidores de Hong Kong está determinada por el precio y calidad de los productos, buscando buenos productos a precios competitivos. El consumo está también fuertemente ligado al comportamiento de la bolsa y de los precios de los bienes raíces (35% del ingreso de un hogar se destina a vivienda).

Por otro lado, como se mencionó antes, muchos de los productos importados por Hong Kong son reexportados principalmente al sur de China. En este lugar los consumidores son aún más sensibles a los precios y frente a dos productos del mismo valor, suelen elegir uno local, por lo que el trabajo de adaptación a sus gustos debe ser aún más fuerte.

## 3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

Los empresarios hongkoneses, salvo raras excepciones, son muy serios. Para ellos el contacto personal es muy importante, ya que los negocios se basan en relaciones de confianza. Es por esto que los desayunos, almuerzos y/u otras actividades informales pueden ayudar bastante al desarrollo de estas relaciones.

Hay muchos tipos de empresarios, destacando dos grupos fácilmente distinguibles. Uno es el de los hombres de negocios de origen humilde que con su esfuerzo llegaron a establecer sus empresas. Mientras que el otro grupo corresponde a ejecutivos más jóvenes con estudios en el extranjero y muy buen manejo del inglés y prácticas comerciales más occidentales.

Hong Kong es principalmente un mercado de re-exportación, una puerta de entrada al sur China. Por lo tanto uno de los activos más importantes que poseen los empresarios de esta región administrativa especial son sus contactos.

Finalmente, por las razones esgrimidas en secciones anteriores, también en Hong Kong se da una fuerte competencia entre abastecedores.

#### 4. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

Como se ha dicho antes, la principal estrategia de negociación es establecer relaciones de confianza de largo plazo, lo cual se logra a través del contacto personal y puede ser apoyado con actividades sociales como las mencionadas en el punto anterior.

Es bueno establecer este tipo de relaciones de largo plazo no sólo porque esto es de importancia para los empresarios chinos, sino también porque al ser el empresariado de Hong Kong uno no tan numeroso, donde por lo general todos se conocen, cualquier comportamiento que se considere como desleal, posiblemente será conocido entre los demás empresarios del sector respectivo.

El seguimiento a las reuniones es muy importante y debe ser lo antes posible. Luego de cada cita, se recomienda enviar un mail informando que se le dará pronto seguimiento a la reunión. De lo contrario los empresarios pueden pensar que hay falta de interés.

#### 5. ESTRATEGIAS PARA ENTRAR AL MERCADO

Desarrollar y mantener buenas relaciones personales constituyen un factor clave en este mercado. Es sabido que los negocios fluirán sin complicaciones si se logra construir y 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.

Éste es un mercado muy sensible 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. Además, es un mercado maduro y extremadamente sofisticado, en donde la calidad y la sustentabilidad de los productos son cada vez más importantes.

Es común que nuestros exportadores quieran contactarse directamente con los supermercados. Sin embargo, en Hong Kong es especialmente complejo trabajar con ellos debido a que al ser esta zona la más cara del mundo en términos de bienes raíces, los supermercados están fuertemente presionados a obtener grandes márgenes de ventas para cubrir sus costos, luego de lo cual sus propias ganancias no son muy altas, lo que es transmitido a los exportadores. En este sentido, si un producto no genera ganancias rápidas, será prontamente retirado de las góndolas. Por otro lado, para ciertos productos, algunos supermercados pueden exigir exclusividad y/o cobrar slotting fees. Es por todo esto que se recomienda tener un importador local en Hong Kong, quien puede atender otros canales como el HORECA, trabajar con marcas alternativas y llevar la compleja relación con los supermercados.

Hong Kong es un mercado de reexportaciones, aunque cada vez menos, por lo que la mayoría de los importadores estarán interesados en vender sus productos en el sur de China también. En este sentido, se recomienda aceptar esta propuesta ya que las empresas en Hong Kong son estables en el tiempo y esta región administrativa especial posee un sistema judicial justo, abierto e independiente, por lo que es posible realizar demandas judiciales en el caso que se requiera, lo cual es muy poco usual.

Si ya se posee un contrato de exclusividad con un importador en China para una marca determinada, una opción que algunos empresarios de Hong Kong están dispuestos aceptar, es trabajar con marcas alternativas.

Dicho todo lo anterior, una manera recomendable de hacer negocios sería:

- 1.- Viajar a Hong Kong y conocer personalmente una serie de importadores, para lo cual esta oficina comercial puede apoyar.
- 2.- Negociar los términos de la relación con los importadores, entre lo cual está la comisión, marcas a comercializar y zona geográfica de cobertura. Para profundizar la relación, una cena puede ser una buena ocasión.
- 3.- Elegir un importador y mantenerse fiel a esta relación comercial.

## 6. NORMAS DE PROTOCOLO

La puntualidad es inglesa ya que el tiempo vale oro para los empresarios y hombres de negocio, por lo que es un deber para el visitante considerar los tiempos de traslado y ser puntual en las reuniones, así como en las reuniones ser claros y concisos, manejar bien la información sobre su oferta y comercio exterior y no ser vago en la misma, dado que los hongkoneses como experimentados hombres de negocio están siempre muy bien informados.

El respeto por las tradiciones y creencias locales es muy importante. Incluso en una capital financiera internacional como lo es Hong Kong, no espere hacer negocios durante el Año Nuevo Chino, ya que se trata de la fiesta más importante del año. Suele ser entre finales de enero y mediados de febrero y durante las celebraciones casi todas las empresas cierran por 3 días.

Las tarjetas de visita son muy importantes y su intercambio es un gesto automático. Muchos hoteles pueden imprimirlas en 24 horas. Cuando presente su tarjeta a una persona de origen chino, debe sujetarla con ambas manos como un signo de respeto y al recibir una también, además de guardarla en algún lugar que demuestre preocupación. Una opción común es ponerlas sobre la mesa en frente de la persona respectiva y no escribir nada en ella. Como indicación general, vista ropa formal para las citas de negocios.

Es costumbre china escribir primero el apellido y luego el nombre. Se utiliza siempre el Mr. "Apellido", a menos que le indiquen lo contrario.

No es habitual llevar regalos a las reuniones de trabajo, pero si lo hace, trate que estén envueltos en papeles de colores alegres y brillantes. Se considera de mal gusto abrir un regalo en presencia de quien lo regala, así como ser muy efusivo en los agradecimientos. Evite siempre regalos que se consideran de mala suerte, como objetos punzantes o afilados (tipo abrecartas), relojes de mesa o paraguas.

Cuando invitan a almorzar o cenar, es el anfitrión quien elige y ordena el menú y quien lo sirve durante toda la comida. Utilice palillos chinos, aunque no esté acostumbrado. Siempre caerá mejor. Si algún plato no le gusta, coma lo mínimo y déjelo. Sus anfitriones no le insistirán. Si le preguntan, sea franco y aclare de un principio que no le gustan, por ejemplo, las patitas de pollos ni la cabeza del pescado. Recuerde que la bebida china durante los almuerzos y comidas es el té chino caliente y sin azúcar, aunque hoy en día es habitual que pueda beberse vino.

Horarios de empresas y bancos: Casi todas las tiendas de Hong Kong están abiertas todos los días de la semana y normalmente cierran entre las 19:00 y las 23:00. El horario de Oficinas suele ser en días

laborales de 9:00 - 17:00. Los principales bancos están abiertos los días laborales de 9:00 – 16:30 y sábados hasta las 12:00 hrs. Los domingos y días de fiesta el comercio, con excepción de los malls, y los bancos están cerrados. Las zonas comerciales más importantes son: Central, Sheung Wan, Causeway Bay y Wanchai en la isla de Hong Kong. Tsim Sha Tsui, Yau Ma Tei y Mong Kok en el lado de Kowloon.

Propinas: Casi todos los hoteles y restaurantes incluyen un 10% de recargo en concepto de servicio que va indicado en la cuenta. Como propina se puede dar un 5% adicional, pero no es usual. Cuando el recargo no está incluido, es común dar una propina del 10%.

## V ■ INFORMACIÓN ADICIONAL

### 1. ORGANISMOS RELEVANTES

1. Hong Kong Trade Development Council  
<http://www.hktdc.com>
2. Centre for Food Safety  
<http://www.cfs.gov.hk>
3. Agriculture, Fisheries and Conservation Department  
<http://www.afcd.gov.hk>
4. Census and Statistics Department  
<http://www.censtatd.gov.hk>
5. Trade and Industry Department  
<http://www.tid.gov.hk/>
6. Hong Kong Customs and Excise Department  
<http://www.customs.gov.hk>
7. Hong Kong General Chamber of Commerce  
<http://www.chamber.org.hk>
8. Chinese General Chamber of Commerce  
<http://www.cgcc.org.hk>
9. Food and Health Bureau  
<http://www.fhb.gov.hk>
10. Hong Kong Port Development Council  
<http://www.pdc.gov.hk/eng/facilities/port.htm>

**2. FERIAS COMERCIALES A REALIZARSE EN EL MERCADO**

A continuación se muestran algunas ferias de los sectores más relevantes para la oferta de productos chilenos:

Industria	Fecha	Evento
Turismo (Viajes)	15 - 18 Jun. 2017	ITE/MICE 2017 - The 31st International Travel Expo & The 12th M.I.C.E Travel Expo
Alimentos y Bebidas	17 – 21 Ago. 2017	HKTDC Food Expo 2017
Mariscos	05 - 07 Sept. 2017	Asian Seafood Exposition 2017
Vinos y Licores	05 - 07 Sept. 2017	Restaurant & Bar Hong Kong 2017
Fruta Fresca	06- 08 Sept. 2017	Asia Fruit Logistica
Vinos y Licores	09 - 11 Nov. 2017	HKTDC International Wine & Spirits Fair
Salud y belleza	14 - 17 Nov. 2017	Cosmoprof Asia