

PMP

Estudio de Mercado Algas

Mayo 2016

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Hong Kong- ProChile

pro|CHILE
IMAGINA • CRECE • EXPORTA



I. TABLA DE CONTENIDO

II. Análisis Introductorio	3
III. Acceso al Mercado	4
1. Código y glosa SACH	4
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	4
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	4
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	4
5. Regulaciones y normativas de importación	5
6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país	6
7. Certificaciones: Legislación y requerimientos locales.	6
IV. Potencial del Mercado	8
1. Producción local y consumo	8
2. Importaciones de Algas (aptas para la alimentación humana)	10
3. Importaciones de Algas (no aptas para la alimentación humana).....	11
V. Canales de Distribución y Actores del Mercado	12
1. Identificación de los principales actores en cada canal.....	12
2. Diagramas de flujo en canales seleccionados.	12
3. Posicionamiento del producto en canales analizados.....	13
4. Estrategia comercial de precio.....	13
5. Política comercial de proveedores.....	13
6. Política comercial de marcas.	13
VI. Consumidor	14
1. Características	14
2. Influencias en decisiones de compra	14
VII. Benchmarking.....	15
1. Principales marcas en el mercado	15
2. Precios de referencia de competidores en el mercado.	17
VIII. Ferias relevantes.....	18
IX. Páginas de interés	19

II. Análisis Introductorio

Para iniciar este estudio del mercado de Algas en Hong Kong, es imperativo analizar brevemente ciertas condiciones de posicionamiento de la potencial oferta chilena frente a competidores en el mercado local con el fin de evaluar una posible estrategia comercial en el mercado y vislumbrar una táctica ante la amenaza competitiva, además de idear formas de adaptación del producto a necesidades del mercado. El siguiente análisis FODA permite conocer más en profundidad el mercado hongkonés, actuando como marco introductorio para el resto del informe.

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Chile productor importante de algas a nivel mundial. Producto saludable para la alimentación humana. Además es un importante ingrediente en la producción de cosméticos.	Nulo reconocimiento. El producto "Cochayuyo" no es conocido en Hong Kong porque no hay importación en dicho mercado.
OPORTUNIDADES	Crecimiento económico, mejor nivel de vida y <i>boom</i> turístico en China, Hong Kong y Macao favorece la importación de un producto exótico como el "Cochayuyo". Tratado de Libre Comercio entre Chile-China 2006 genera ventaja de entrar a China sin impuestos, lo que favorece su re-exportación desde Hong Kong.	Actualmente en sector HORECA se consumen principalmente algas de Japón, Korea y China. Productos utilizados en la gastronomía oriental. Explorar rutas y métodos para exportar "Cochayuyo" para generar mayor presencia en la cocina oriental.	Algas no aptas para la alimentación humana son utilizadas para la fabricación de cosméticos. Pero en Hong Kong la demanda de este ingrediente no es muy grande porque no hay un alto nivel de producción y fabricación en Hong Kong, al ser una economía centrada en servicios. Se importa más el producto cosmético terminado.
AMENAZAS	Nueva Zelandia también produce producto "Cochayuyo". La penetración de sus productos en Hong Kong es más fuerte, apostando a una mayor cercanía.	Enfrentar la competencia desarrollando productos novedosos hechos con "Cochayuyo", listo para consumir o para preparar de manera local como ingrediente de la cocina oriental.	La mayor debilidad, y lo que deja a Chile en peor pie es la distancia con Hong Kong. El costo de logística es comparativamente caro para este producto con valor unitario bajo.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código Arancelario	Descripción
12122100	Algas frescas, refrigeradas, congeladas, secas y molidas aptas para el consumo humano
12122900	Algas frescas, refrigeradas, congeladas, secas y molidas no aptas para el consumo humano

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino

Código Arancelario	Descripción
12122100	SEAWEEDS AND OTHER ALGAE, FRESH, CHILLED, FROZEN OR DRIED, WHETHER OR NOT GROUND, FIT FOR HUMAN CONSUMPTION (KG)
12122900	SEAWEEDS AND OTHER ALGAE, FRESH, CHILLED, FROZEN OR DRIED, WHETHER OR NOT GROUND, NOT FIT FOR HUMAN CONSUMPTION (KG)

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores

Hong Kong es un puerto libre donde no existen aranceles de internación.

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias

Hong Kong es un puerto libre donde no existen impuestos y barreras no arancelarias.

5. Regulaciones y normativas de importación

La ley básica de alimentos de Hong Kong - Parte V de la Public Health and Municipal Services Ordinance (Ordenanza de Salud Pública y Servicios Municipales)(Cap. 132)- establece como principio básico que cualquier alimento que se intente vender en el mercado debe ser apto para el consumo humano.¹

Otra ley de alimentos en Hong Kong es la Food Safety Ordinance (Ordenanza de Seguridad Alimentaria) (Cap. 612) que indica las nuevas medidas de control de inocuidad de los alimentos, incluyendo un sistema de registro para los importadores y distribuidores además de los requisitos para los vendedores de alimentos. Estas medidas tienen como objetivo mantener un registro formal y mejorar la trazabilidad de los movimientos de los alimentos. También las autoridades están facultadas para elaborar reglamentos con el fin de reforzar el control de las importaciones de los alimentos específicos y prohibir la importación y el suministro de los alimentos con problemas.²

El contenido metálico en los alimentos está regulado estrictamente por el Center for Food Safety (Centro para la Seguridad de los Alimentos)³. El arsénico es uno de los contaminantes metálicos que se monitorean en Hong Kong. El nivel de arsénico en los alimentos está definido en base a las Food Adulteration (Metallic Contamination) Regulations, Cap. 132V.⁴

En cuanto a los alimentos que tienen un proceso de secado, como algunos productos del mar, la contaminación podría concentrarse durante este proceso, por lo tanto "los factores de procesamiento" deben detectar los niveles de contaminantes metálicos en las muestras, no pudiendo superar los límites legales. El factor de elaboración para cada artículo de comida seca se obtiene en base al cambio en el contenido de agua del alimento antes y después del secado. Este método ha sido recomendado por Codex Alimentarius Commission (la Comisión del Codex Alimentarius) y está siendo adoptado por los países de la Unión Europea y Australia.

Con respecto a otras sustancias prohibidas, se prohíbe la importación de alimentos que contengan ciertas concentraciones excesivas de alguna de ellas. Para la lista de sustancias nocivas prohibidas definidas por ley, favor visitar el link - http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_list.html#hs

El Departamento de Aduana e Impuestos de Hong Kong hace el control aleatorio en el puerto o aeropuerto. Los alimentos importados que ingresen a Hong Kong deben venir acompañados de un certificado de salud emitido por la autoridad competente del país de origen. En el caso particular de Chile, se requiere un certificado sanitario y un certificado de origen expedido por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

¹ http://www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_list.html#part5

² http://www.cfs.gov.hk/english/whatsnew/whatsnew_fstr/whatsnew_fstr_Food_Safety_Bill.html

³ <http://www.cfs.gov.hk/>

⁴ [http://www.legislation.gov.hk/blis_pdf.nsf/6799165D2FEE3FA94825755E0033E532/05FECBCB00468409482575EE0042BB5B/\\$FILE/CAP_132V_e_b5.pdf](http://www.legislation.gov.hk/blis_pdf.nsf/6799165D2FEE3FA94825755E0033E532/05FECBCB00468409482575EE0042BB5B/$FILE/CAP_132V_e_b5.pdf)

6. Requerimientos de etiquetados para ingreso al país

De acuerdo a la ley Food and Drugs (Composition and Labelling, list 3) Regulations (Cap. 132W) 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

El concepto de “pre-empaquetado” se entiende como cualquier alimento envasado de tal forma que su contenido no pueda ser alterado sin que se abra o cambie su empaque y que esté listo para ser vendido al consumidor final o establecimiento de catering.

Para los detalles, favor visitar el link- http://www.cfs.gov.hk/english/faq/faq_03.html

7. Certificaciones: Legislación y requerimientos locales

Normas y certificaciones de alimentos orgánicos

Actualmente no hay una norma oficial reconocida por todos los gobiernos en el mundo. La lista a continuación muestra los etiquetados para los alimentos orgánicos de conocimiento general en Hong Kong:

Logos orgánicos regionales



Logos orgánicos de uso común



Fuente: http://www.cfs.gov.hk/english/multimedia/multimedia_pub/files/Organic_Certification_and_Labeling_e.pdf

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

Hong Kong está situado en el sur de China y posee un clima subtropical, por lo que carece de condiciones para la producción de algas. Desarrolla un mercado dinámico, con cerca de 7 millones de habitantes y más de 60 millones de visitantes al año, condición de polo financiero de Asia y además cuenta con un sector de HORECA importante, con más de 800 hoteles, 19 mil restaurantes y 9000 bares.

La gente de Hong Kong tiene un alto nivel de consumo en algas en su dieta alimentaria y la producción local es prácticamente nula, basando todo su consumo en la importación de otros países: China, Corea, Japón y otros del sudeste asiático.

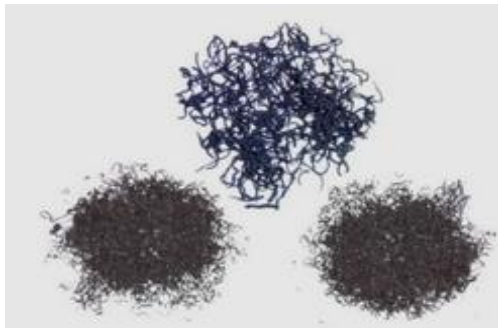
Consumo y preparación de Alga en Hong Kong

Las algas son un alimento de disposición común y fácil acceso en el mercado de Hong Kong. Hay muchas variedades de algas marinas en el mercado, distribuidas con nombres como Kombu, Arame y Wakame y otros como se ve a continuación:

ARAME



HIJIKI



KELP



KOMBU

NORI

WAKAME



Hay varias formas en que se consumen las algas marinas en Hong Kong :

Aperitivo



Sopas



Sushi



Agar-agar en jaleas y postres

2. Importaciones de Algas (aptas para la alimentación humana)

2015					2014				2013				2012			
Nº 2015	País	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2014	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2013	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2012	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)
1	CHINA	4.756	981	57,1	1	1.649	172	34,7	1	1,57	171	41,3	1	1.140	131	42,1
2	COREA DEL SUR	1.174	156	14,1	2	868	103	18,3	3	560	54	14,7	5	104	10	3,9
3	JAPÓN	1.029	56	12,3	3	858	42	18,1	2	654	40	17,2	3	491	21	18,1
4	INDONESIA	637	638	7,7	4	713	663	15	4	500	533	13,1	2	541	549	19,9
5	TAIWAN	256	112	3,1	6	153	36	3,2	5	254	11	6,7	4	351	22	13
6	MALASIA	245	6	2,9	5	207	6	4,4	6	203	6	5,3	-	0	0	0
7	TAILANDIA	119	7	1,4	7	121	11	2,6	9	13	2	0,3	-	0	0	0
8	REINO UNIDO	32	6	0,4	9	41	6	0,9	7	21	2	0,6	-	0	0	0
9	FILIPINAS	27	3	0,3	13	2	2	0,1	-	0	0	0	-	0	0	0
10	ESTADOS UNIDOS	16	3	0,2	12	14	3	0,3	8	16	3	0,4	8	22	6	0,8
.	CHILE	-	0	0	11	23	1	0,5	12	2	0	0,1	6	33	7	1,2
	ACUMULADO	8291	1968	99,5		4649	1045	98,1		2224,57	822	99,7		2682	746	99
	RESTO	39	53	0,5		102	70	1,9		1.577	7	0,3		28	7	1
	TOTAL	8.330	2.021	100		4.751	1115	100		3.802	829	100		2.710	753	100

Fuente: HKTDC & HK Census & Statistics Dept.

3. Importaciones de Algas (no aptas para la alimentación humana)

2015					2014				2013				2012			
Nº 2015	País	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2014	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2013	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)	Nº 2012	USD (Miles)	KG. (Miles)	% (del total)
1	SINGAPORE	67	5	25,8	2	60	4	26,2	1	34	3	15,9	-	0	0	0
2	PHILIPPINES	66	64	25,2	1	108	111	47	-	156	189	73,6	1	60	76	90,7
3	INDONESIA	52	73	19,9	0	0	0	0	-	0	0	0	-	0	0	0
4	U S A	46	1	17,7	0	0	0	0	-	0	0	0	2	5	0	7,7
5	DENMARK	23	1	8,8	4	15	0	6,6	-	0	0	0	-	0	0	0
6	MADAGASCAR	4	0	1,6	5	11	1	4,9	4	6	0	2,9	-	0	0	0
7	CAMEROON	2	0	0,8	7	7	1	3,1	3	10	2	4,7	-	0	0	0
8	THAILAND	1	0	0,2	0	0	0	0	6	1	0	0,3	-	0	0	0
-	UKRAINE	0	0	0	3	19	2	8,2	5	5	0	2,6	-	0	0	0
-	CHINA	0	0	0	8	2	0	0,8	-	0	0	0	3	1	1	1,6
-	SOLOMON ISLANDS	0	0	0	6	7	12	3,2	-	0	0	0	-	0	0	0
ACUMULADO		261	144	100	229		131	100	212		194	100	66		77	100
RESTO		0	0	0	0		0	0	0		0	0	0		0	0
TOTAL		261	144	100	229		131	100	212		194	100	66		77	100

Fuente: HKTDC & HK Census & Statistics Dept.

V. Canales de Distribución y Actores del Mercado

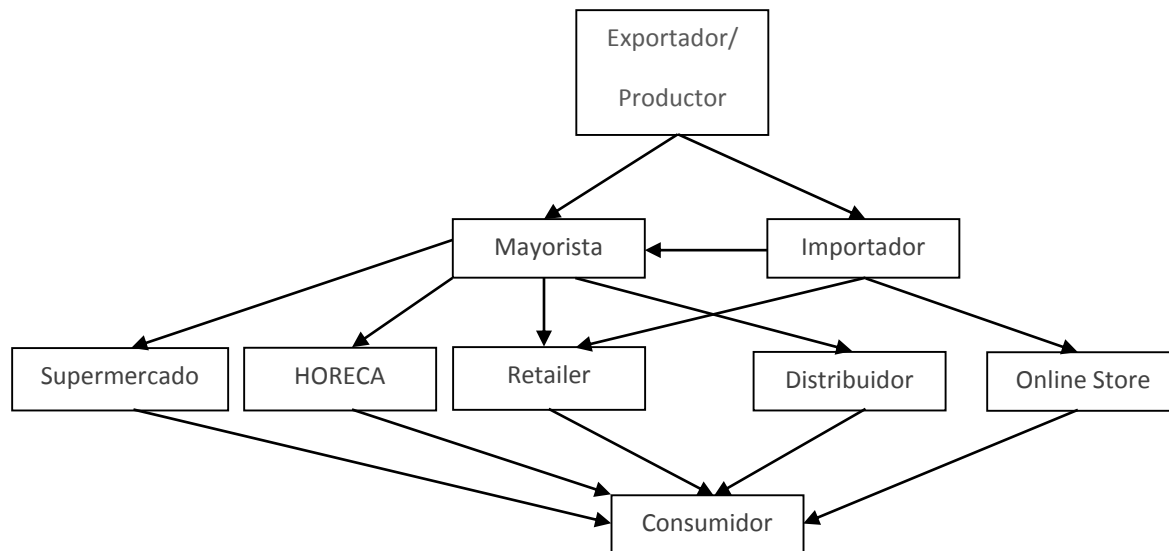
1. Identificación de los principales actores en cada canal

La comercialización en el mercado de Hong Kong está dividida en diferentes actores, destacando específicamente aquellos canales con contacto directo con el consumidor.

Estos son:

- Grandes Cadenas de Supermercados.
- Tiendas de distribuidor
- Retails store
- Online Store
- Horeca

2. Diagramas de flujo en canales seleccionados



3. Posicionamiento del producto en canales analizados

La mayoría de los productos de algas se exportan a Hong Kong en forma preservada, para un menor costo de transporte.

Los importadores de algas en Hong Kong importan, la mayoría de algas marinas, de China, Corea y Japón. El importador luego vende los productos a distribuidores locales de alimentos para su movimiento a restaurantes locales, japoneses y coreanos principalmente.

4. Estrategia comercial de precio

Básicamente, el precio se relaciona con el país de origen, tamaño, peso y en el uso del producto. Ya que la especie de alga de Chile (“Cochayuyo”) es diferente que las de Japón, Korea y China, es difícil de lograr posicionamiento del producto, y por ende complejo caracterizarla dentro de una categoría premium sin conocer la reacción del consumidor local de antemano. Es por eso conveniente realizar testeos previos a su importación masiva.

5. Política comercial de proveedores

Los proveedores de alga son de China, Japon y Corea. Hemos identificado que todos ellos han desarrollado la estrategia de posicionar el origen en el mercado, ya que los consumidores conocen diferentes tipos de algas por país. Esto lo hacen, a través de campañas educativas y marketing.

6. Política comercial de marcas

En Hong Kong , el mercado de “snacks” o colaciones es enorme. Según una revisión del negocio de 759STORE (tienda de cadena de snack en Hong Kong) hecho por The Standard, uno de los periódicos más populares en Hong Kong, en el año 2015 el negocio minorista registró unos ingresos de HK\$812,150,000, más que triplicándose en sólo tres años (2012: HK\$ 241,158,000).

La importación de algas como “snacks” depende en gran medida de Japón y Corea, países famosos en Asia por su producción.



Existe además una gran marca local de aperitivo de algas disponible en el mercado , llamada “FOUR SEAS MERCANTILE LIMITED”.

El grupo dueño de la marca fabrica sus propios aperitivos de algas. Sus productos son muy populares entre los consumidores locales.



VI. Consumidor

1. Características

El uso de algas marinas es muy amplio. Se puede consumir de forma individual como aperitivo o se puede añadir a los platos culinarios como ingrediente, especialmente en comidas tradicionales japonesas como la sopa de miso o el sushi.

El alga marina es considerada como un alimento saludable prácticamente libre de grasas, bajo en calorías y alto en proteínas, cumpliendo con las cantidades diarias recomendadas de fibra, calcio, hierro, magnesio y yodo . Por lo tanto, es un producto muy bien recibido por el público local.

2. Influencias en decisiones de compra

Dado que la mayoría de las algas importadas a Hong Kong están en forma preservada, la fresca de los productos no siempre es de la máxima prioridad. En cambio las decisiones de compra o tendencias están basadas en los precios, de acuerdo con entrevistas a varios importadores de algas marinas locales. Los aperitivos de algas son unos de los más populares en Hong Kong. Los importadores de aperitivos de algas tienen preferencia sobre los snacks de algas producidos en Japón o Corea. El sabor y la popularidad de un producto siempre son los factores más importantes cuando se trata de tomar decisiones .

VII. Benchmarking

1. Principales marcas en el mercado



Four Seas Mercantile Limited - <http://fourseasgroup.com.hk/>

Fundada en Hong Kong en 1971, Four Seas Group se dedica a proveer alimentos de alta calidad a los consumidores de todo el mundo. Equipadas con un espíritu innovador y con casi cuatro décadas de experiencia en el mercado, Four Seas Group se ha convertido en una de las mayores empresas de alimentos en Hong Kong con nuevos productos y un amplio desarrollo de mercado. El grupo cuenta con 20 plantas de producción en Hong Kong y China continental que fabrican diferentes tipos de productos alimenticios de calidad. Además, el grupo es el distribuidor de más de 5.000 productos alimenticios procedentes de más de 30 países.



Tao Kae Noi – <http://www.taokaenoi.co.th/index.php>

Desde 2004 Tao Kae Noi, se ha comprometido a proporcionar a los consumidores con los aperitivos más saludables y más sabrosos de algas en el mercado. Su misión es educar a los consumidores acerca de los beneficios de salud de algas y desarrollar continuamente nuevos productos para satisfacer sus necesidades.



A.S. Watson Group - www.aswatson.com

El A. S. Watson Group (o A. S. Watson o ASW) es el grupo más grande de la salud y la belleza de venta en Hong Kong, con más de 12.000 tiendas en 25 mercados de todo el mundo que atiende a más de 28 millones de clientes por semana .

El grupo opera la mayor cartera de marcas comerciales, incluyendo su propia marca "Select" y tiene la mayor presencia geográfica.

2. Precios de referencia de competidores en el mercado

Producto	Origen	Precio (HKD)	Precio (USD)	Peso (G)	Punta de venta	Imagen
Tao Kae Nao Crispy Seaweed Tomato Flavor	Thailandia	12.5	1.62	36	Park n Shop	
Four Seas Seaweed	Hong Kong	21.9	2.83	37.5	Park n Shop	
Seaweed Salad	Japon	20	2.58	10	Park n Shop	
Citysuper Japanese Crushed Dried Laver Seaweed	Japon	25	3.23	20	City Super	
SPEC Jinori Roasted Nori Seaweed	Japon	39	5.04	18	City Super	
Dongwon Yangban Seasoned Laver	Korea	11	1.42	20	Welcome	
Haepyo Seasoned Laver	Korea	20	2.58	8 x 16	Welcome	

VIII. Ferias relevantes

En Hong Kong se desarrolla la renombrada feria HKTDC Food Expo además de una especializada a los productos marinos Asia Seafood Expo. Esta última es una feria centrada en el B2B, donde los exportadores pueden buscar importadores y desarrollar vínculos comerciales para Hong Kong y el resto de Asia. Es organizada por Diversified Communications cada año en el Centro de Convenciones de Hong Kong. Mientras la masiva HKTDC Food Expo es una feria donde mayoristas y tiendas online pueden promover y vender sus productos directamente a la gente ya que es abierta para todo público. Es organizada por Hong Kong Trade Development Council cada año en el Centro de Convenciones de Hong Kong.

HKTDC Food Expo

Fecha : 17 - 21 Agosto 2017

Lugar : Hong Kong Convention and Exhibition Centre, 1 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong

<http://www.hktdc.com/fair/hkfoodexpo-en/HKTDC-Food-Expo.html>

Hong Kong Seafood Expo

Fecha: 5-7 Septiembre 2017

Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre, 1 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong

<http://www.divcom.com.hk/events/sea/>

IX. Páginas de interés

- Hong Kong Trade Development Council
www.hktdc.com
- Centre for Food Safety
www.cfs.gov.hk
- Census and Statistics Department
www.censtatd.gov.hk
- Hong Kong Customs and Excise Department
www.customs.gov.hk
- Chinese General Chamber of Commerce
www.cgcc.org.hk
- Food and Health Bureau
www.fhb.gov.hk
- World Wide Seafood Ltd.
www.worldwideseafoods.ca
- Sun Wah Group
www.sunwahgroup.com

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.