

INFORME PAÍS – 2017

HONG KONG SAR

CARÁCTERÍSTICAS GENERALES DEL MERCADO

1. DATOS MACROECONÓMICOS

Hong Kong SAR, en sus 1.104 km² de superficie, no tiene recursos naturales y su economía está en un 95% basada en el comercio y servicios, siendo su principal fortaleza su sistema legal justo, abierto e independiente. Basado en la *common law* inglesa, es autónomo al sistema de la República Popular China y su régimen financiero es dueño de una de las tasas de impuestos más bajas. Con un sistema tributario simple, que le han llevado a ser la economía más abierta del mundo, con libre circulación de bienes, servicios y capital.

- PIB (posición 46º a nivel mundial) \$427.4 billion (2016 est.)
- PIB Per Cápita (posición 17º a nivel mundial) US \$58,100 (2016 est.)
- Desempleo (posición 29º de los más bajos a nivel mundial) %3,6

(PPP en USD del 2016) Fuente: CIA - *The World Factbook*¹

Hong Kong tiene una población muy similar en número a la Región Metropolitana de Santiago pero en una superficie catorce veces menor a la de la capital, lo que hace que algunos de sus distritos sean de los más poblados del mundo (la densidad es de 6.644 hab/km², mientras que la de Santiago es de un poco más de 480 hab/km²). Es por eso que se caracteriza por tener la mayor cantidad de rascacielos, con 318 edificios y torres sobre los 150 metros², permitiendo que más de 3 millones de personas vivan sobre un piso 14 de altura.

- Población Total (2016): 7.346.700 habitantes
- Tasa de Crecimiento de la Población (2016): 0,6% anual

Fuente: *Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept 2016*

A nivel comercial, Hong Kong ha firmado seis TLC's: República Popular China (Junio 2003), Nueva Zelanda (Marzo 2010), el Acuerdo Europeo de Libre Comercio (Junio 2011), Chile (Septiembre 2012), Macao (Octubre 2017) y con ASEAN (Noviembre 2017). Actualmente se encuentra negociando TLC's con Georgia, Maldivas y Australia. Además es miembro del foro APEC desde 1991. El tratado con la República Popular China es conocido como CEPA, acuerdo de cooperación que le otorga grandes ventajas en el mercado de bienes y servicios, permitiendo un movimiento sencillo de productos, industrias y capitales entre ambos lugares, lo que ha definido a Hong Kong como un hub de acceso directo al mercado de China Continental y al resto de Asia. Esta situación se verá potenciada con el desarrollo de la iniciativa Belt & Road, el cual explotará al máximo la ubicación geográfica y las capacidades del

¹ <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/hk.html>

² <http://skyscraperpage.com/cities/?cityID=7>

mercado hongkonés en el desarrollo de modernas rutas comerciales, convirtiéndose en el “super-conector” de esta iniciativa.

- Principales Socios Comerciales 2016

Nº	País	En US\$ Millón
1	CHINA	494.910
2	ESTADOS UNIDOS	68.036
3	TAIWAN	46.998
4	JAPON	46.595
5	SINGAPUR	41.408
SUBTOTAL		697.947
RESTO		275.980
TOTAL		973.927

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

- Diez Principales Exportaciones 2016

Nº	Producto	En US\$ Millón
1	Semi-conductores, válvulas y tubos electrónicos	110.956
2	Equipos y componentes de telecomunicación	93.021
3	Componentes y accesorios de oficina	20.708
4	Aparatos electrónicos para circuitos eléctricos	20.520
5	Perlas, piedras preciosas y semi-preciosas	20.277
6	Computadoras	18.828
7	Aparatos y maquinarias electrónicas	11.934
8	Maquinaria y componentes electrónicos	9.698
9	Relojes	8.772
10	Máquinas de oficina	7.271
SUBTOTAL		321.985
RESTO		138.047
TOTAL		460.032

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

- Diez Principales Importaciones 2016

Nº	Producto	En US\$ Millón
1	Semi-conductores, válvulas y tubos electrónicos	130.875
2	Equipos y componentes de telecomunicación	91.305
3	Computadores	21.051
4	Perlas, piedras preciosas y semi-preciosas	20.720
5	Aparatos electrónicos para circuitos eléctricos	18.973
6	Componentes y accesorios de oficina	14.728
7	Joyería	13.083
8	Equipos y máquinas eléctricas	11.870
9	Maquinaria y componentes electrónicos	8.343
10	Relojes	8.254
SUBTOTAL		331.941
RESTO		186.830
TOTAL		513.895

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

Estas tablas indican que el movimiento portuario de Hong Kong debe ser analizado desde dos perspectivas: su carácter de centro re-exportador a la región asiática y su acaudalado mercado

interno potenciado por 56,7 millones de turistas en 2016³, quienes llegan en busca de la fusión de oriente y occidente y de las más de 100 ferias y convenciones que se realizan anualmente⁴.

COMERCIO BILATERAL

El mayor socio comercial de Hong Kong es la República Popular China, que concentra el 50,8% del comercio total. Chile, por su parte se ubica en la 34ª posición de los socios comerciales con USD 1.434 millones correspondiente al 0,2%. Ese total está dominado por la Fruta Fresca chilena que goza de gran prestigio a nivel local y posee el primer lugar en cerezas, ciruelas, duraznos, arándanos y uva de mesa.

Principales Importaciones desde Chile 2016

Nº	Producto	En US\$ Mil
1	Fruta y frutos secos	743.681
2	Bebidas Alcohólicas	19.875
3	Pescados (frescos, refrigerados y congelados)	9.872
4	Crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos (congelados, secos, salados y en salmuera)	9.230
5	Equipos y componentes de telecomunicación	8.843
6	Pescados, crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos (preparados o conservados)	5.916
7	Carne y despojos comestibles (frescos, refrigerados y congelados)	4.451
8	Tabaco	2.185
9	Carne y despojos comestibles (preparados o conservados)	1.963
10	Relojes	1.944
SUBTOTAL		807.960
RESTO		8.961
Total Importaciones		816.921
Re-exportaciones		633.908
TOTAL		183.013

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

Un dato importante a mencionar es que del total de las importaciones de Hong Kong RAE (desde Chile), el 78% son re-exportadas al sur de China Continental o al Sudeste Asiático.

Principales exportaciones hacia Chile 2016

Nº	Producto	En US\$ Mil
1	Equipo y componentes de telecomunicación	434.849
2	Computadores	43.019
3	Calzado	39.973
4	Otros artículos de vestuario y fabricaciones textiles	19.400
5	Relojes	10.270
6	Productos ópticos	8.063

³ Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept.

"http://partnet.hktb.com/filemanager/intranet/pm/VisitorArrivalStatistics/Vis_Stat_E/VisE_2016/Tourism%20Statistics%2012%202016.pdf"

⁴ Hong Kong Trade and Development Council, April 2016, Research,

"<http://hong-kong-economy-research.hktdc.com/business-news/article/Hong-Kong-Industry-Profiles/Convention-and-Exhibition-Industry-in-Hong-Kong/hkip/en/1/1X000000/1X0018NP.htm>"

7	Juguetes, juegos y productos deportivos	7.878
8	Maquinaria y componentes electrónicos	7.759
9	Artículos de vestuario para hombre y niño	7.035
10	Artículos de vestuario para mujer y niña	5.965
SUBTOTAL		584.211
RESTO		72.892
TOTAL		657.103

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

Chile recibe de Hong Kong principalmente tecnología de Asia, actuando el puerto como un hub de conexión de los mercados de la zona, situación que se verá fuertemente potenciada con el desarrollo del programa Belt & Road, incrementando más aún la importancia de Hong Kong como centro comercial de Asia.

De acuerdo a las estadísticas del Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), el total comercial entre ambas economías es de U\$S (Mil) 1.474. Sin embargo si restamos las re-exportaciones del total importado por Hong Kong RAE, la Balanza Comercial es de U\$S 454 millones.

En comparación con el 2015 las exportaciones chilenas a este mercado en el 2016 aumentaron en un 58,2%, esto se puede explicar gracias a la entrada en vigencia del TLC entre ambas economías el 09 de Octubre 2015. A su vez del total de las importaciones de Hong Kong en el 2015, el 75% fue re-exportado al Sur de China Continental y/o al Sudeste Asiático. Por consiguiente, Hong Kong RAE sigue teniendo un rol importante como centro re-exportador en la región.

Siguiendo el análisis de las estadísticas del HTDC, el 91% de las exportaciones a este mercado corresponden a fruta fresca y fruta seca. El 2,4% corresponde a bebidas alcohólicas, un 1,2% a pescado fresco o congelado, un 1,1% a mariscos congelados y un 0,7% a productos del mar en conserva. En consecuencia el 96,4% de las exportaciones chilenas a Hong Kong en el 2016 correspondieron a productos agropecuarios.

Chile como país proveedor se encuentra en el lugar 31 en Hong Kong RAE, con una participación del 0,2% en el mercado en el 2016. Sin embargo, es el principal proveedor de:

- Mejillones (precocidos), con 47%de participación en el mercado
- Arándanos, con 65% de participación en el mercado
- Cerezas, con 82% de participación en el mercado
- Paltas, con 48% de participación en el mercado
- Uva de mesa, con 38% de participación en el mercado

En el tema de inversiones recién en enero del presente año se incorporó el capítulo de promoción y protección de inversiones al TLC entre Chile y Hong Kong RAE. En los rankings internacionales de inversión extranjera Hong Kong aparece en segundo lugar (detrás de China Continental) entre los países en desarrollo o economías en transición. Esto se debe principalmente a que el RMB sale al exterior a través de Hong Kong. En comparación con el 2015 la inversión extranjera directa de Hong Kong decayó en un 56%, lo que produjo una caída de la región en un 17%⁵. No se encuentra estadísticas relevantes de inversión entre Chile y Hong Kong RAE.

⁵ World Investment Report 2016

Las principales compañías chilenas establecidas en Hong Kong son Compañía de Acero del Pacífico (CAP), Banco Security y Ripley, entre otras. Cabe mencionar que para aumentar y fortalecer las relaciones comerciales entre ambas economías, en octubre del 2015, se registra legalmente la Cámara de Comercio Chile-Hong Kong. Siendo la única Cámara de Comercio Chilena reconocida legalmente en la República Popular de China.



TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

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 el mercado de Hong Kong RAE y de la República Popular China. Los empresarios del sector, conscientes del aumento del consumo de frutas frescas, han realizado importantes esfuerzos para visitar el mercado, pero se requieren otras actividades de promoción que permitan posicionar a nuestras frutas en la mente del consumidor chino y consolidar nuestra posición.

El segundo producto chileno en importancia lo constituyen los **Productos del Mar**, cuyas exportaciones en el 2016 al mercado de Hong Kong tanto en congelados como en conserva alcanzaron los USD 25 millones⁶, representando el 3% de las importaciones.

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, como las carnes de Jabalí, Avestruz, Ciervo, Conejo y Faisán.

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

⁶ Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Department

valor agregado a estos productos. Hong Kong es el primer puerto libre para el vino entre las principales economías de Asia y el mundo.⁷

Por otro lado, para fomentar el desarrollo de Hong Kong como el "Wine Hub" de 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", agilizando 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 más expedita.⁸ Además, Hong Kong cuenta con bodegas para almacenar el vino que podría ser distribuido al sur de la República Popular China o a otros lugares del Sudeste Asiático.

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 2017.⁹

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, son importantes 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.

En Hong Kong hay una tendencia a consumir productos saludables, bajos en calorías y orgánicos. Lo importante es la diferenciación con la competencia, se requieren certificados internacionales, por ejemplo en los productos orgánicos.

⁷ http://www.cedb.gov.hk/citb/wine/en/why_hk.html

⁸ http://www.tid.gov.hk/english/import_export/nontextiles/wine/index.html

⁹ <http://www.investhk.gov.hk/wp-content/uploads/2015/10/2015.04-wine-en.pdf>

Hong Kong se ha ido convirtiendo en el hub regional para las industrias creativas, tales como: arte y cultura, arquitectura, diseño, entretenimiento digital, cine, música, media, anuncios publicitarios, publicidad, marketing digital, etc. El sector de las industrias creativas juega un rol primordial en la economía de Hong Kong, tanto así que el Gobierno ha creado un fondo para apoyar aquellas empresas creativas, llamado CreateHK.¹⁰

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 mundial¹¹.

IV ■ ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El principal producto chileno en Hong Kong es la fruta fresca y los frutos secos. Es la única área en la que las importaciones nacionales están dentro de los cinco primeros países importadores, siendo el segundo tras Estados Unidos.

- Principales Importaciones de Fruta y Frutos Secos a Hong Kong en 2016

Nº	Producto	%	En US\$ Mil
1	ESTADOS UNIDOS	36,5%	1.545.444
2	CHILE	17,6%	743.681
3	TAILANDIA	12,2%	517.868
4	SUDÁFRICA	5,9%	248.453
5	IRÁN	5,8%	243.457
6	AUSTRALIA	5,7%	243.267
SUBTOTAL		83,7%	3.542.170
RESTO		16,3%	688.853
TOTAL		100%	4.231.023

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

Las exportaciones chilenas a Hong Kong de fruta fresca y frutos secos, en el 2016 alcanzaron el 91% del total. Las cifras no concuerdan con las estadísticas de la aduana chilena, esto se puede explicar debido a que el 78% de las exportaciones a Hong Kong son re-exportadas al sur de China Continental gracias a los beneficios que otorga, el Acuerdo de Cooperación Económica (CEPA) entre Hong Kong RAE y la R. P. de China, a los importadores locales.

El vino chileno, ampliamente reconocido a nivel mundial, tiene fuerte presencia en las vitrinas de Hong Kong, pero esto no alcanza para tener un buen lugar dentro del segmento de las bebidas alcohólicas dominado por una mayor variedad proveniente de Francia.

- Principales Importaciones de Bebidas Alcohólicas a Hong Kong en 2016

¹⁰ <http://www.investhk.gov.hk/business-opportunities/creative-industries.html>

¹¹ 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

Nº	Producto	%	En US\$ Mil
1	FRANCIA	52,7%	1.202.124
2	AUSTRALIA	12,2%	277.548
3	CHINA	11,6%	265.478
4	REINO UNIDO	8,8%	200.233
5	ESTADOS UNIDOS	3,2%	72.116
9	CHILE	0,8%	19.875
SUBTOTAL		88,7%	2.037.374
RESTO		11,3%	259.650
TOTAL		100%	2.297.024

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

Chile, si bien sigue dentro de los diez primeros, tiene porcentajes muy bajos en comparación a Francia y Australia, por lo que se deben realizar acciones que apunten a mejorar esta posición, mostrando al país como productor y exportador de vinos de alta gama. Por consiguiente, es urgente que el sector realice mayores actividades de promoción en el mercado de Hong Kong, 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 Hong Kong y Macao RAE.

Los productos marinos ocupan el tercer y cuarto lugar de las importaciones chilenas en Hong Kong, sustentados por una alta calidad altamente reconocida en el mercado, pero siguen estando muy disminuidos frente a la fuerte competencia de los mercados asiáticos y la potencia de Noruega y Australia en el área.

- Principales Importaciones de Pescados (frescos, refrigerados y congelados) a Hong Kong en 2016

Nº	Producto	%	En US\$ Mil
1	CHINA	38,1%	427.130
2	NORUEGA	13,9%	155.235
3	JAPÓN	7,2%	80.147
4	FILIPINAS	4,4%	48.964
5	INDONESIA	4,0%	44.678
19	CHILE	0,8%	9.872
SUBTOTAL		68,4%	766.026
RESTO		31,6%	353.684
TOTAL		100%	1.119.710

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

- Principales Importaciones de Crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos (congelados, secos, salados y en salmuera) a Hong Kong en 2016

Nº	Producto	%	En US\$ Mil
1	CHINA	23,5%	411.664
2	JAPÓN	22,3%	390.336
3	ESTADOS UNIDOS	9,0%	156.934
4	AUSTRALIA	6,1%	106.007
5	CANADÁ	5,8%	101.509
22	CHILE	0,5%	9.230

SUBTOTAL	67,2%	1.175.680
RESTO	32,8%	572.793
TOTAL	100%	1.748.473

Fuente: Hong Kong Trade Statistics, Census & Statistics Dept. (En base SITC Code de 3 dígitos)

V ■ OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Como institución encargada de la promoción de la oferta exportable nacional en Hong Kong estamos comprometidos a cumplir el objetivo general de establecer contactos efectivos para exportadores chilenos con importadores, distribuidores, supermercados y cadenas comerciales locales. Cumplir este objetivo requiere el desarrollo de una serie de objetivos específicos asociados al mantenimiento de un contacto permanente con compañías y empresarios locales, a la participación en eventos comerciales y de promoción masivos, al desarrollo de eventos especiales específicos para fomentar productos y servicios chilenos en el mercado local y a la actualización constante de nuestras redes digitales con información y contenido innovador para nuestros contactos.

Para eso mantenemos contacto permanente con compañías en los diferentes sectores buscando introducir proveedores nacionales en estos mercados, creando nexos confiables y promoviendo el establecimiento de negocios a largo plazo. Durante todos estos años de trabajo la oficina comercial ha desarrollado una nutrida base de datos con un vasto número de contactos de empresas, asociaciones y oficinas gubernamentales con las que mantiene contacto consolidando *business match* más efectivos.

Hong Kong, en su posición de *hub* de Asia en una infinidad de ámbitos, tanto comerciales y logísticos como turísticos, tecnológicos, educacionales y de conocimiento ofrece no tan sólo ventajas comerciales y arancelarias sino una serie de espacios como ferias y convenciones de las cuales la oficina comercial de ProChile es parte como expositor o invitado, lugares en los cuales se logra una mayor difusión de las ventajas y oportunidades que entrega la oferta nacional así como se visualiza el movimiento y las nuevas tendencias del mercado hongkonés y del resto de Asia, permitiendo conocer nuevos nichos de mercado en los cuales sería interesante introducir productos y servicios nacionales.

Cada año además la oficina comercial de ProChile en Hong Kong organiza eventos especiales en los cuales promueve productos y marcas nacionales en el mercado local, invitando a posibles importadores relacionados y a medios de comunicación con el fin de dar mayor difusión a la calidad de los productos y servicios locales, que es el salto que esta oficina desea entregar a la imagen de la oferta chilena, asociándola a las nuevas demandas de un mercado tan sofisticado como el hongkonés, de alto poder adquisitivo ávido de innovación, nuevas experiencias y calidad premium. La gran tarea de la oferta chilena es lograr ese crecimiento en

excelencia y reforzar el trabajo con los exportadores nacionales para que día a día se enfoquen en exceder las expectativas de los importadores locales, permitiendo así establecer vínculos a largo plazo. Ese es uno de los mayores enfoques de la oficina comercial al momento de ayudar a generar los vínculos entre los emprendedores chilenos y el mercado de Hong Kong.

Además la oficina comercial actualiza permanentemente sus cuentas en redes sociales ofreciendo información comercial y turística sobre Chile para nuestros contactos, y este año comenzará el desarrollo de un *newsletter* para nuestra base de contactos con la información más destacada para los importadores locales. Gracias a estas estrategias se permite una mayor interacción y un contacto más cercano y permanente con los importadores locales actuales y potenciales.

VI. ACTIVIDADES

Nombre Actividad	Descripción de la Actividad	Financiamiento
Vinexpo 2018 (29-31/05)	Vinexpo es la exhibición líder de Asia Pacífico en vinos y licores. Hong Kong es considerado como un hub en vinos y su rol de centro de re-exportación de éstos al sur de China Continental sigue siendo un factor importante. La pasada Vinexpo 2016 contó con la participación de más de 60 viñas chilenas, el stand de Chile fue el más grande con 200mt cuadrados. La versión pasada contó con 33 países y más de 18.000 importadores de todo el mundo durante los 3 días de exhibición.	
MIF 2018	La feria "Macao International Trade and Investment Fair" (MIF) es la primera Exposición Local de Macao que obtiene la certificación UFI de la Asociación Global de la Industria de la Exposición y es uno de los eventos anuales económicos y comerciales más famosos de Macao. El XX MIF atrajo la participación de delegaciones de más de 50 países y regiones, cerca de 110.000 personas visitadas, ocupando una superficie de aproximadamente 30.000 metros cuadrados con 1.900 cabinas de exposición. Se celebraron un total de 55 foros, conferencias, seminarios y presentaciones. En 2016, se ofreció a ProChile un stand gratuito en el Pabellón Latino donde nuestro importador de vino Onflo Wines and Spirits Ltd promocionó vinos premium chilenos de Quintay, On Kun Hong Ltd. también promovió abalones enlatados chilenos. Tener un stand en un pabellón en el FOMIN junto a los otros consulados latinos y puestos de la Comisión de Comercio, ProChile Hong Kong permitirá ayudar a construir y reforzar la imagen del país como productor de vinos y mariscos.	
Food Expo 2018 (16-20/08)	El mercado de carne en Hong Kong es enorme, con carne de cerdo como consumo principal. Como la carne de cerdo premium y orgánica chilena todavía no se ha escuchado y no ha entrado en el mercado de Hong Kong, Food Expo 2018 es un canal recomendable para introducir el cerdo chileno a los comerciantes principales del mercado de Hong Kong. Food Expo 2017 atrajo alrededor de 21.000 compradores comerciales y más de 490.000 miembros del público con casi 1.400 expositores de 26 países. Por lo tanto, se planea organizar la "cocina en vivo con degustación de alimentos" como una táctica de promoción para captar la atención de potenciales comerciantes principales con el propósito de penetrar en el mercado.	
Encuentro de Bienvenida de las ferias	Art Central 2017, uno de los acontecimientos más esperados del calendario cultural de Hong Kong, acogió a más de 32.000 coleccionistas, curadores y entusiastas del arte,	

Art Basel y Art Central 2018 (27/03-01/04)

añadiendo un nuevo estilo a la Semana de Arte de Hong Kong y estableciéndose firmemente como un imperdible evento artístico. En el año 2016, por parte de ProChile en HK se organizó un encuentro de bienvenida para las dos galerías participantes la noche previa a la apertura de las Ferias. Esta instancia permitió socializar la participación de las dos galerías y conocer a personas importantes del medio del arte internacional. Por parte de ProChile HK también se gestionó el auspicio de vinos chilenos para que ambas galerías pudiesen ofrecer este producto a sus invitados durante el transcurso de la feria.

Demostración culinaria 2018

Hong Kong, es conocido como el "Food Paradise", con 240 hoteles, restaurantes cerca de 9.000 y 7.000 licencias de licores; el sector de la hostelería de Hong Kong presenta unas enormes oportunidades para los exportadores chilenos. En 2016, se organizó una demostración culinaria con el marisco y vino apatrocinado por Seabo International Ltd y Onflo Wines & Spirits Ltd. Entre los invitados, se encontraron Sr Andy Ng, Editor de Food & WineMagazine, Sr. Eddie Chu, periodista de Cru Magazine, Srta. Vanessa Yang actriz y columnista de gourmet, y Sr. Nelson Chow, Director del Hong Kong Sommelier Association, etc. Según el feedback de los invitados, el formato de la demostración culinaria es poco convencional y mucho más atractivo que una simple actividad de degustación. También, se publicó un artículo de 2 páginas en Food & Wine Magazine sobre la demostración culinaria.