



GUÍA DE MERCADO MULTISECTORIAL

HONG KONG

Índice

I.	Resumen ejecutivo.....	3
II.	Información general.....	4
III.	Situación económica y de Coyuntura.....	4
	3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas.....	4
	3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos.....	5
	3.3. Nivel de Competitividad.....	6
IV.	Comercio Exterior de Bienes y Servicios.....	6
	4.1. Intercambio Comercial de bienes Hong Kong – Mundo.....	6
	4.2. Intercambio Comercial de bienes Hong Kong - Perú.....	7
V.	Acceso al Mercado.....	8
	5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias.....	8
VI.	Oportunidades Comerciales.....	10
	6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales.....	10
VII.	Tendencias del Consumidor.....	13
VIII.	Cultura de Negocios.....	14
IX.	Links de Interés.....	14
X.	Eventos Comerciales.....	15
XI.	Bibliografía.....	15

I. Resumen ejecutivo

Su población alcanza los 7,3 millones de habitantes, lo cual ubica a Hong Kong como el centésimo quinto (105º) país más poblado del mundo. Por otro lado, la población tiene una edad media de 47,2 años y una esperanza de vida de 84 años, la octava más elevada del planeta.

Por otro lado, Hong Kong cuenta con una economía altamente liberalizada enfocada en servicios altamente especializados relacionados al comercio, la banca y las telecomunicaciones; de hecho, en 2023, se posicionó como la segunda economía más libre del mundo, de acuerdo con el Fraser Institute.

En 2023, Hong Kong experimentó una recuperación económica, con un crecimiento del PIB real que se aceleró 3,2%, tras una contracción de 3,7% en el año anterior. Sin embargo, esta tasa de crecimiento aún se encuentra por debajo del promedio de expansión de 4,7% en la región de Asia-Pacífico.

El comercio de bienes entre Perú y Hong Kong sumó USD 285 millones en 2023. Las exportaciones peruanas al país asiático alcanzaron los US\$ 259 millones en 2023, lo cual significó un crecimiento medio anual de 14,3% en los últimos cinco años, como consecuencia de una mayor demanda de productos minerales y agropecuarios no tradicionales, básicamente.

II. Información general



La Región Administrativa Especial de Hong Kong, junto a Macao, es una de las dos regiones administrativas especiales de la República Popular China. Cuenta con una superficie de 1 108 kilómetros cuadrados subdivididos entre la isla de Hong Kong, Kowloon y los denominados Nuevos Territorios.

Su población alcanza los 7,3 millones de habitantes, lo cual ubica a Hong Kong como el centésimo quinto (106º) país más poblado del mundo. Por otro lado, la población tiene una edad media de 47,2 años y una esperanza de vida de 84 años, la séptima más elevada del planeta.

Es una de las pocas regiones del mundo con un índice de urbanización equivalente al 100%. Hong Kong se encuentra dividido en distritos, donde destaca Sha Tin, el más poblado, con cerca de 700 mil habitantes, seguido de Yuen Long y Kwun Tong, con poblaciones equivalentes a 670 mil y 666.5 mil, respectivamente. Asimismo, el principal distrito comercial es Hong Kong Central & Western, aunque a su vez es uno de los distritos menos densos con una población de 232.5 mil habitantes¹.

Por otro lado, Hong Kong cuenta con una economía altamente liberalizada enfocada en servicios altamente especializados relacionados al comercio, la banca y las telecomunicaciones; de hecho, en 2023, se posicionó como la segunda economía más libre del mundo, de acuerdo con el Fraser Institute, solo por detrás de Singapur.

De acuerdo con la legislación china, el territorio puede mantener un sistema económico independiente al de la China continental, incluyendo un régimen tributario y monetario independiente. El Banco Mundial considera a Hong Kong como un territorio de altos ingresos y, como consecuencia de su rápido dinamismo a finales del siglo XX, fue reconocido como uno de los cuatro Tigres Asiáticos.

III. Situación económica y de Coyuntura

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°01: Principales variables macroeconómicas

Indicadores Económicosvb.	2019	2020	2021	2022	2023	2024*
Crecimiento real del PBI (%)	-1.7	-6.5	6.5	-3.7	3.2	2.9
PBI per cápita (US\$)	59,492	56,301	60,139	57,374	58,729	59,996
Tasa de inflación (%)	2.9	0.3	1.6	1.9	2.1	2.3
Tasa de desempleo (%)	2.9	5.8	5.2	4.3	2.9	2.8

Fuente: FMI / BM

Elaboración PROMPERÚ

a. Producto Bruto Interno

En 2023, Hong Kong experimentó una recuperación económica, con un crecimiento del PIB real que se aceleró 3,2%, tras una contracción de 3,7% en el año anterior. Sin embargo, esta tasa de crecimiento aún se encuentra por debajo del promedio de expansión de 4,7% en la región de Asia-Pacífico. El desempeño económico del país fue impulsado principalmente por un aumento en el turismo entrante y el gasto privado, que aumentaron un 7,7% interanual, y la formación bruta de capital fijo, que creció un 5,1% interanual. El departamento de inmigración informó que aproximadamente 34 millones de visitantes provinieron de China continental en 2023, un aumento notable en comparación con las cifras de 2022. En 2023, el PIB per cápita de Hong Kong alcanzó los USD 58,729,

¹ Census and Statistics Department

significativamente más alto que el promedio de Asia-Pacífico de USD 7,723. Sin embargo, la economía se vio obstaculizada por un consumo público y exportaciones lentos.

De cara a 2024, se prevé que el desarrollo económico de Hong Kong se desacelere, con un crecimiento real del PIB proyectado en un 2,9%. Esta desaceleración se anticipa debido a condiciones financieras estrictas, un desarrollo turístico más lento y el impacto menguante del levantamiento de las restricciones pandémicas. No obstante, se espera que el crecimiento del consumo privado se mantenga gracias al aumento de los ingresos de los hogares y diversas iniciativas gubernamentales. Durante el período de previsión 2023-2028, se proyecta que la economía de Hong Kong se expanda a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 2,7% en términos reales, por debajo del promedio de Asia-Pacífico del 4,2%.

b. Nivel de Empleo

El sólido crecimiento económico del país ha propiciado un mercado laboral competitivo y dinámico, con una tasa de desempleo relativamente baja de 2.9% en comparación con los estándares mundiales. Asimismo, se espera que esta tasa continúe retrocediendo a mediano plazo, en parte debido a la disminución de la fuerza laboral como resultado del envejecimiento de la población.

c. Inflación

En 2023, Hong Kong experimentó un aumento de la inflación al 2,1%, frente al 1,9% del año anterior. Esto fue relativamente moderado en comparación con otras economías avanzadas, en gran parte debido a la disminución de las presiones de precios externas y una política monetaria estricta. Los mayores incrementos de precios se observaron en los sectores de alimentos y bebidas no alcohólicas, educación y ocio y recreación. A lo largo del año, Hong Kong se ubicó en la posición más baja de la región de Asia-Pacífico en términos del índice de crecimiento de los precios de la ropa y el calzado. Para 2024, se prevé que la inflación en Hong Kong aumente ligeramente, al 2,2%. Se espera que esto sea manejado a través de una estricta política monetaria interna, que ayudará a controlar la inflación. Sin embargo, la depreciación del dólar de Hong Kong frente a las monedas de sus principales socios comerciales probablemente ejercerá cierta presión inflacionaria.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de Hong Kong es el dólar hongkonés (HKD). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN).

1.00 USD	=	7,812544 HKD
US Dollar	↔	Dólar de Hong Kong
1.00 PEN	=	2,070053 HKD
Sol peruano	↔	Dólar de Hong Kong

Fuente: XE.com

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La economía hongkonesa se basa en cuatro grandes industrias donde buscan mantener ventajas competitivas, los cuales son los servicios financieros, el turismo, la logística y los servicios profesionales. Estas cuatro actividades representan alrededor del 56% de su PBI.

En lo que respecta a servicios financieros, Hong Kong es considerado un hub a nivel mundial. Los servicios financieros hongkoneses cubren un amplia gama de actividades donde se incluye la banca, los seguros, el brokerage bursátil y la gestión de capitales. Es así que el valor agregado de la industria financiera representa el 22.4% del PBI en 2022.

La segunda industria más importante de la economía hongkonesa es la relacionada al comercio y servicios logísticos, cuyo peso en PBI es de 22.5%. Su posición geográfica hacen de Hong Kong un hub logístico para el comercio

internacional global, donde actividades como el transporte internacional, freight forwarding, almacenamiento y los servicios de courier se brindan con un alto nivel de especialización.

En tanto, los servicios profesionales representan 11% de la economía. Dentro de los servicios profesionales con mayor oferta se encuentran el asesoramiento legal, contabilidad, auditoría, así como actividades relacionadas a ingeniería y arquitectura.

Finalmente, la industria de turismo representa alrededor del 0.4% del PBI del territorio autónomo. Se espera que en los siguientes años la actividad se recupere progresivamente hasta alcanzar niveles pre-pandémicos, donde Hong Kong recibió alrededor de 34 millones de turistas extranjeros en 2023².

3.3. Nivel de Competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Hong Kong y para otras economías similares.

Cuadro N°02: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2020

Criterios	Hong Kong	Perú	Singapur	Chile	Taiwán	Colombia
Facilidad de hacer negocios	3	76	2	59	15	67
Apertura de un negocio	5	133	4	57	21	95
Manejo de permisos de construcción	1	65	5	41	6	89
Obtención de electricidad	3	88	19	39	9	82
Registro de propiedades	51	55	21	63	20	62
Obtención de crédito	37	37	37	94	104	11
Protección de los inversores minoritarios	7	45	3	51	21	13
Pago de impuestos	2	121	7	86	39	148
Comercio transfronterizo	29	102	47	73	61	133
Cumplimiento de contratos	31	83	1	54	11	177
Resolución de la insolvencia	45	90	27	53	23	32

Fuente: Doing Business 2020. Banco Mundial

Elaboración PROMPERU

Hong Kong se encuentra en el tercer puesto a nivel mundial en lo que respecta a facilidad para hacer negocios, lo cual significó una mejora de una posición con respecto a la medición anterior. Hong Kong se encuentra entre las plazas en los que es más sencillo aperturar una pequeña o mediana empresa; asimismo, es la economía que ofrece mayor facilidad y rapidez en obtener un permiso de construcción, así como uno de los más eficientes en lo que respecta a conectividad a la red eléctrica.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial de bienes Hong Kong – Mundo

Hong Kong cuenta con una economía altamente dependiente del comercio exterior, con exportaciones que representan el 141% del PBI en 2023. En consecuencia, Hong Kong es extremadamente susceptible a las

² Statista

interrupciones de la demanda y la oferta internacional, así como a las tensiones que surgen entre sus principales socios comerciales, como Estados Unidos y China.

**Cuadro N°03: Intercambio Comercial de bienes
Hong Kong – Mundo (Millones de US\$)**

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023	Var. % Prom. 23/19	Var. % 23/22
Exportaciones	535,711	551,516	672,154	611,482	576,178	1.8	-5.8
Importaciones	578,590	573,061	713,969	669,093	655,580	3.2	-2.0
Balanza Comercial	-42,879	-21,546	-41,815	-57,611	-79,402	-	-
Intercambio Comercial	1,114,301	1,124,577	1,386,123	1,280,575	1,231,757	2.5	-3.8

Fuente: Trademap Elaboración PROMPERÚ

Las importaciones hongkonesas aumentaron a una tasa promedio anual de 1.8% entre 2019 y 2023. Las importaciones de circuitos electrónicos integrados, smartphones para redes inalámbricas y partes para máquinas automáticas para tratamiento de información, así como materias primas como el oro, han sido determinantes para el crecimiento de las compras de esta economías asiática en el último quinquenio. Entre los principales proveedores de Hong Kong se encuentran China (40% de participación), Taiwán (10%), Singapur (7%), Japón (5%) y Corea del Sur (4%); Perú se ubica en la casilla 52° como suplidor mundial.

4.2. Intercambio Comercial de bienes Hong Kong - Perú

**Cuadro N°04: Intercambio Comercial Perú – Hong Kong
Millones de US\$**

Indicadores	2019	2020	2021	2022	2023	Var. % Prom 23/19	Var. % 23/22
Exportaciones	151	196	339	262	259	14.3%	-1.5%
Importaciones	24	14	19	25	26	2.6%	5.2%
Balanza Comercial	127	182	320	237	232	-	-
Intercambio Comercial	175	211	358	288	285	12.9%	-0.9%

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

El comercio de bienes entre Perú y Hong Kong sumó USD 285 millones en 2023. Las exportaciones peruanas al país asiático alcanzaron los US\$ 259 millones en 2023, lo cual significó un crecimiento medio anual de 14.3% en los últimos cinco años, como consecuencia de una mayor demanda de productos minerales y agropecuarios no tradicionales, básicamente.

**Cuadro N°05: Exportaciones por Sectores Económicos
US\$ Millones**

SECTOR	2022	2023	Var. % 23/22
TRADICIONAL	29	20	-30.8%
Mineros	24	11	-51.9%
Pesquero	4	7	78.1%
Agropecuario	1	1	16.9%
NO TRADICIONAL	233	238	2.2%
Agropecuario	194	204	5.0%
Pesquero	13	12	-5.0%
Varios (Inc. Joyería)	9	9	1.7%

Textil	10	7	-32.4%
Metal - Mecánico	7	4	-35.3%
Resto	1	3	138.7%
TOTAL GENERAL	262	259	-1.5%

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

Los envíos no tradicionales (US\$ 238 Millones) experimentaron un crecimiento interanual de 2.2% debido a la mayor demanda de productos agropecuarios como las uvas, los arándanos y las paltas, lo cual contrarrestó el descenso en otros sectores como metal-mecánico (-35.3%), textil (-32.4%) y pesquero (-5.0%).

Cuadro N°06: Principales productos tradicionales exportados a Hong Kong
US\$ Millones

Partida	Descripción	2019	2020	2021	2022	2023	Var. % Prom. 23/19	Var. % 23/22	% Part. 2023
0806100000	Uvas frescas	76	96	124	85	93	5.3%	9.7%	39%
0810400000	Arándanos frescos	17	43	104	79	84	48.2%	7.1%	35%
0804400000	Paltas frescas	10	9	30	16	18	16.5%	14.0%	7%
0305710000	Aletas de tiburón	10	9	16	11	10	0.5%	-11.5%	4%
9101210000	Relojes de pulsera automáticos	-	-	-	7	7	-	-1.5%	3%
0802990000	Pecanas	-	-	-	3	2	-	-29.7%	1%
6109100039	Demás t-shirts de algodón para hombres	3	2	1	2	2	-5.2%	-17.8%	1%
8517622000	Aparatos de telecomunicación por corriente	1	1	1	2	2	21.9%	-11.8%	1%
6109100031	T-shirts de algodón	2	2	2	3	1	-11.8%	-48.4%	1%
0106200000	Reptiles vivos	0	1	1	1	1	370.5%	68.1%	1%
	Resto	25	25	37	25	18	-8.3%	-29.1%	7%
	TOTAL	143	187	317	233	238	13.6%	2.2%	100%

Fuente: SUNAT Elaboración PROMPERÚ

v. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias

Debido a su alto grado de liberalización, Hong Kong no cobra aranceles al comercio exterior, aunque existen algunos impuestos especiales a la importación de alcohol, tabaco, hidrocarburos y metanol.

A continuación, se detallan algunos de los principales productos importados por Hong Kong desde Perú, con los respectivos aranceles que esta economía aplica al país andino y al mundo. Asimismo, se muestran los competidores para producto.

Cuadro 07

RK	Subpartida	Descripción	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia arancelaria
1	080610	Uvas frescas	2°	Chile - 32%	0%	-
				Australia - 19%		

				Sudáfrica - 7%		
2	081040	Arándanos frescos	1°	Chile - 9%	0%	-
				Zimbabwe - 9%		
				Marruecos - 7%		
3	080440	Paltas frescas	2°	Australia - 36%	0%	-
				Chile - 15%		
				México - 7%		
4	030571	Aletas de tiburón secas o saladas	2°	Indonesia - 19%	0%	-
				México - 12%		
				Yemen - 8%		
5	910121	Relojes de pulsera de metal precioso o chapados de metal precioso	-	Suiza - 37%	0%	-
				Japón - 19%		
				EE.UU. - 9%		
6	080299	Nueces frescas o secas, incluso peladas	1°	EE.UU. - 24%	0%	-
				Singapur - 8%		
				China - 3%		
7	610910	T-shirts y camisetas de punto, de algodón	17°	China - 45%	0%	-
				Italia - 21%		
				Francia - 7%		
8	851762	Máquinas para la recepción, conversación y transmisión de voz	49°	China - 49%	0%	-
				India - 15%		
				Taiwán - 12%		
9	010620	Reptiles vivos	5°	Seychelles - 17%	0%	-
				EE.UU. - 14%		
				Alemania - 12%		

Fuente: SUNAT, Trademap Elaboración PROMPERU

Medidas No Arancelarias

No existen obstáculos al comercio. Sin embargo, es necesario tramitar licencias de importación para los siguientes grupos de productos a las respectivas instituciones o departamentos de inspección:

- Productos químicos y farmacéuticos
- Animales vivos y plantas
- Productos textiles
- Productos denominados "Reserved Commodities"
- Carne y aves
- Los aparatos radio
- Importación de vehículos
- Bebidas alcohólicas - Tabaco
- Productos petrolíferos

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

En este punto es importante mencionar que el 16 de noviembre de 2022, en el marco de la Reunión de Líderes de APEC, Perú y Hong Kong anunciaron el inicio de las negociaciones del un TLC entre ambas economías.

El acuerdo comercial pretender ser un convenio amplio y ambicioso que abarcará el comercio de bienes, comercio de servicios, inversión, propiedad intelectual, entre otros temas; a fin de brindar un marco legal y comercial estable para los exportadores e inversionistas peruanos, asegurando un trato no discriminatorio; así como permitirá atraer inversión hongkonesa al Perú. Para más información y actualización consultar [Tratado de Libre Comercio Perú – Hong Kong](#).

6.2 Productos con potencial exportador

El Perú puede aprovechar el potencial derivado de la creciente relación comercial con Hong Kong y los beneficios que podrían obtenerse de ponerse en vigencia el potencial Tratado de Libre Comercio. Para ello, se han analizado las oportunidades en cuanto a productos de la oferta exportable peruana en el mercado hongkonés.

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de Hong Kong. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Hong Kong (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8: Sector Agropecuario

Sector Agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2023 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
200390	Setas y trufas, preparadas o conservadas	Estrella	220	0%	China - 99% Italia - 0.1% Vietnam - 0.1%
081040	Arándanos frescos	Estrella	112	0%	Chile - 9% Zimbabue - 9% Marruecos - 7%
080440	Paltas frescas	Estrella	67	0%	Australia - 36% Chile - 15% México - 7%
080521	Mandarinas frescas	Estrella	66	0%	Sudáfrica - 51% Australia - 30% Japón - 6%
180632	Chocolates en bloques, barras y tabletas	Prometedor	44	0%	Bélgica - 24% Holanda - 12% Australia - 10%
200799	Confituras, jaleas y mermeladas de frutas	Prometedor	30	0%	China - 70% Corea - 10% R.Unida - 4%
090111	Café sin tostar, ni descafeinar	Prometedor	26	0%	Francia - 16% Japón - 12% China - 11%
081190	Frutas congeladas	Prometedor	10	0%	Malasia - 33% Filipinas - 21% Tailandia - 15%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Hong Kong es un importador neto de frutas y hortalizas debido a que en la práctica no cuenta con actividad agrícola, por lo cual cuenta con una alta dependencia del exterior. De hecho, en 2023, esta economía importó USD 2 870 millones en lo que respecta a frutas (15° a nivel mundial) y USD 968 millones en lo que corresponde a hortalizas (25° a nivel mundial). Asimismo, un importante número de compañías importadoras del Asia – Pacífico y China continental cuentan con su sede central en esta región, desde donde se gestionan las compras de este tipo de productos.

En los últimos años, el mercado frutícola hongkonés ha experimentado una premiumización relacionada a los orígenes y exotividad, más que al punto de venta. Por ejemplo, en el mercado de Yau Ma Tei, uno de los principales de la ciudad, un durián de Malasia puede costar hasta US\$ 75, mientras que las cerezas de Tasmania pueden cotizarse en US\$ 70/kg. En tanto, en el supermercado de gama alta City Super, una sola fresa japonesa para regalo se logró vender a US\$ 21,4. Sin embargo, las frutas más valoradas son las uvas “Ruby Roman” (Japón) que pueden llegar a costar hasta US\$ 510 por racimo, así como los melones sudafricanos de la variedad “Cantaloupe” que pueden ser vendidos en más de US\$ 1 100/unidad.

Es importante mencionar que en este segmento los orígenes mejor valorados para frutas “convencionales” son Japón, Estados Unidos y Sudáfrica; mientras que en lo que respecta a frutas exóticas, países latinoamericanos como México y Colombia gozan de particular prestigio. En tanto, las frutas provenientes de la China Continental tienen muy mala reputación entre los consumidores hongkonés, quienes las asocian a bajos estándares de calidad y de inocuidad alimentaria, esto debido a las crecientes noticias relacionadas al excesivo uso de pesticidas, fertilizantes y conservantes por parte de los agricultores.

Es importante mencionar que las frutas premium son un regalo popular en la tradición china, ya que se encuentran asociadas a la buena suerte y prosperidad. Es por ello que la demanda de estos productos se incrementa durante los primeros meses del año que coinciden con la temporada de festivales y el Año Nuevo Chino.

En cuanto a presencia peruana, se pudo notar tanto en supermercados como en mercados tradicionales, oferta de paltas hass fresca que se comercializa en mallas de seis unidades, así como paquetes de arándanos frescos también.

Cuadro N° 9: Sector Pesca

Sector Pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2021 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030617	Langostinos congelados	Estrella	259	0%	China – 39% Vietnam – 29% India – 10%
030743	Calamares crudos congelados	Prometedor	63	0%	China – 68% Filipinas – 11% Vietnam – 5%
030722	Conchas de abanico congeladas	Prometedor	60	0%	China – 58% Japón – 31% Canadá – 7%
160554	Calamares procesados o preparadas	Prometedor	21	0%	China – 50% Taiwán – 17% Japón – 15%
030821	Erizos de mar vivos o refrigerados	Prometedor	21	0%	Japón – 56% Canadá – 19% Australia – 10%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: PROMPERU

Hong Kong es un mercado dinámico con una comunidad internacional sofisticada donde se aceptan fácilmente nuevos productos de alta calidad. Además de ello, sus consumidores se encuentran aventureros y ansiosos por experimentar con nuevos y diferentes productos de mar, lo cual se evidencia en la amplia variedad disponible de pescados y mariscos, tanto en mercados tradicionales como cadenas de supermercados.

El consumo per cápita de productos pesqueros supera los 70 kg/año, equivalente a cuatro veces el promedio mundial, lo que convierte a Hong Kong en el segundo mayor consumidor de la categoría en Asia. Las preferencias incluyen presentaciones vivas, frescas, deshidratadas / secas; así como especies que no se consumen ampliamente en otras partes del mundo debido a su elevado valor comercial.

La mayoría de hongkoneses del segmento alto consumen pescados y mariscos semanalmente. Los factores clave que influyen notablemente en la compra incluyen:

- La seguridad alimentaria y frescura del producto
- En el caso de langostinos, vieiras, almejas y gambas existen claras preferencias por especímenes frescos, aunque los congelados han incrementado su demanda sustancialmente frente a la escasez.
- En el caso de las langostas, el king crab y pescados exóticos se prefiere su consumo en restaurantes que en casa, aunque esto no excluye su venta en cadenas de supermercados
- En el caso de un producto de alta gama nuevo son importantes la promoción y las recomendaciones.

Las incidencias de seguridad alimentaria en productos pesqueros de la China Continental (Ej. presencia de melanina, mercurio e incluso norovirus) han llevado a los consumidores a optar por fuentes de suministro importadas y confiables. La trazabilidad de la producción, la manipulación de los productos de mar y el abastecimiento proveniente de pesca sostenible son temas de creciente importancia que refuerzan la confianza del consumidor. Es así que se busca, cada vez más, marcadores reconocibles y autorizados tanto de sostenibilidad como de seguridad. En este contexto, se incluyen códigos QR que explican la trazabilidad del producto, tal como sucede con el chileno seabass ofrecido en City Super o a través de certificaciones relacionadas como ASC, Friend of the Seas u Orgánica.

A partir del análisis exploratorio preliminar desarrollado, además de las visitas previas realizadas previamente en supermercados high-end como la cadena de capitales japoneses City Super y retailers especializados en gourmet, se puede notar una amplia oferta de productos pesqueros en lo que respecta a diferentes formatos y presentaciones de las más variadas especies que se comercializan mayoritariamente vivas o refrigeradas, así como congeladas y deshidratadas / secas. Es importante mencionar que para la comercialización de algunas especies descongeladas como calamares, langostinos o vieiras, se suele indicar esta condición a través de una etiqueta “previously frozen”.

En líneas generales, el origen es particularmente relevante y suele ser indicado tanto en los empaques, en el caso de productos envasados, y en paletas, en el caso de venta en mostrador. Asimismo, la presencia de alguna certificación como ASC o MSC se destaca también. Esto debido a que los consumidores hongkoneses de altos ingresos son bastante informados y tienen como top of mind en lo que respecta a calidad / seguridad a proveedores como Estados Unidos, Japón, Australia y Nueva Zelanda. La presencia latinoamericana es menor, aunque Chile tiene presencia a través del chileno seabass y el salmón coho.

VII. Tendencias del Consumidor

La mayor confianza en la tecnología digital permite que se incrementen las transferencias de dinero online, con especial énfasis en el pago de impuestos y facturas. Al mismo tiempo, los nuevos canales virtuales han generado a su vez nuevos tipos de consumidores.

- **El 25% de los consumidores son digitales entusiastas.** Buscan incorporar la tecnología en todos los espacios de su vida. Es poco probable que inviertan en productos de moda o aquellos que son tendencia. Su consumo se enfoca en productos de precios bajos y tienden a considerar el monto de ahorro en cada posibilidad de compra, excepto en productos tecnológicos.
- **El 20% son compradores minimalistas.** Otorgan un mayor valor a la sostenibilidad de los productos y al sentido de comunidad. No son compradores impulsivos y no adquieren productos no esenciales. Valoran la calidad y están dispuestos a pagar más si esperan una vida útil mayor al promedio. Muestran inclinación por reparar los productos antes que adquirir repuestos o realizar compras de segunda mano. No se dejan llevar

por la moda ni siguen las tendencias. Este público objetivo tiene potencial para productos que están en línea con los valores descritos.

- **El 18% son compradores compulsivos.** Otorgan elevado valor a la apariencia y con frecuencia realizan compras acorde a la moda y tendencias del momento. Buscan activamente ofertas para poder satisfacer la necesidad de comportamiento compulsivo. La oportunidad para satisfacer esta demanda dependerá de lo amigable, fácil y rápida que sean las plataformas de pago on-line y las transacciones vía e-wallet.
- **El 15% son compradores conservadores.** El precio es el incentivo principal para dinamizar el consumo de los compradores hogareños. Disfrutan de nuevas experiencias y productos siempre y cuando estén alineadas a las expectativas y puedan ahorrar dinero. Son leales a la marca si cumplen las expectativas de calidad – precio.
- **El 14% son consumidores tradicionalistas.** Rara vez realizan compras compulsivas pero se caracterizan por tener hábitos espontáneos de compra. La baja lealtad a la marca y un enfoque en precios bajos son los principales drivers de este tipo de consumidor, lo cual constituye una oportunidad para nuevas empresas con precios competitivos.
- **El 9% de los consumidores son consumidores compulsivos.** Les interesa como son percibidos y están atentos a las últimas tendencias. Ello incentiva al consumo compulsivo de marcas consolidadas y productos premium. La percepción de valor aumenta si el producto tiene presencia en las redes sociales y si son promocionados por celebridades o influencers.

VIII. Cultura de Negocios

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

La multiculturalidad en Hong Kong es muy particular y compleja debido a la fuerte influencia China y al profundo pasado de dominio inglés. Ser estrictamente puntual es necesario. La paciencia es una virtud por lo que no presionan ni tienden a no tolerar presión a la hora de negociar. Con el objetivo de construir confianza es común que se agenden varias reuniones. Es parte de un proceso y no debe interpretarse de manera improductiva.

Se debe conocer el mercado antes que a la contraparte. Además, es necesario tener en cuenta que las reuniones se realizan en grupo y es preferible visitar varias veces la ciudad donde se desea realizar los negocios. Si domina el inglés pero no el chino cantonés es indispensable que dentro del equipo exista un interprete profesional de Hong Kong que haya vivido en Perú. Se recomienda llevar regalos nada ostentosos para poder intercambiarlos después de las reuniones.

Las tarjetas de presentación deben estar impresas en inglés por un lado y en chino por el otro. Las letras en chino deben estar en color dorado. Al entregarlas y recibirlas se deben de hacer con las dos manos y con el lado chino hacia arriba.

Conocer el protocolo es vital. Reconocer las jerarquías dentro del grupo negociador es determinante. El grado de autoridad y nivel de responsabilidad debe de ser entendida antes de negociar. Se debe evitar señalar con el dedo o mirar por largo tiempo a los ojos ya que se puede interpretar de manera negativa.

IX. Links de Interés

Cuadro N° 10

Entidad	Enlace
Hong Kong Monetary Authority	https://www.hkma.gov.hk/eng
Customs & Excise Department	https://www.customs.gov.hk/
Invest Hong Kong	https://www.investhk.gov.hk/
The Hong Kong Trade Development Council	https://aboutus.hktdc.com/en/
Commerce & Economic Development Bureau	https://www.cedb.gov.hk/en/

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 11

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
HOFEX 2024	Agropecuario	Hong Kong	14 – 16 de mayo de 2024	https://www.hofex.com/
Asia Fruit Logistica 2024	Agropecuario	Hong Kong	04 – 06 de septiembre de 2024	https://www.asiafruitlogistica.com/
Natural & Organic Asia	Agropecuario	Hong Kong	03 – 05 de septiembre de 2024	https://www.naturalandorganicasia.com/
HTDC Food Expo 2024	Alimentos	Hong Kong	15 – 19 de agosto de 2024	https://www.hktdc.com/
Restaurant & Bar Hong Kong 2024	Alimentos	Hong Kong	03 – 05 de septiembre de 2024	https://www.rbhk-ga.com/
Seafood Expo Asia 2024	Pesquero	Hong Kong	04 – 06 de septiembre de 2024	https://www.seafoodexpo.com/asia/
Fashion InStyle 2024	Confecciones	Hong Kong	20 – 23 de abril de 2024	https://www.hktdc.com/event/fashioninstyle/en
HomeInStyle 2023	Home Deco	Hong Kong	20 – 23 de abril de 2024	https://homeinstyle.hktdc.com/

Fuente: HKTC

XI. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI)
- Euromonitor International
- Doing Business
- CIA, The World Factbook
- Trademap
- Investment Map