

ANEXO

**ANÁLISIS DE
PERSPECTIVAS
COMERCIALES Y DE
CONSUMO DE
HONG KONG
(RAE DE CHINA)**

CEI Dirección Nacional
Centro de Economía
Internacional



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto
República Argentina

HONG KONG: Perspectivas comerciales y de consumo

Datos básicos de comercio y mercado



Exportaciones: US\$ 220 millones

Importaciones: US\$ 7,8 millones



Importaciones (mundo): US\$ 578.600 millones

Participación argentina: 0,03%



POBLACIÓN

7,5 millones (2019)



PIB

US\$ 362.000 millones (2019)



PIB per cápita

US\$ 49.000 (2019). Puesto 25 a nivel mundial



INGRESOS

47% la población con ingresos anuales > US\$ 35.000



CONSUMO INTERNO

2/3 del PIB



EL MERCADO HONGKONÉS REPRESENTA OPORTUNIDADES...

PUNTOS QUE HAY QUE TENER EN CONSIDERACIÓN...



- Mercado importante de alto valor para todo tipo de productos alimenticios.
- Elevado nivel de conciencia del consumidor sobre las cuestiones de salud que impactan en la elección y el consumo de alimentos.
- La tendencia clave en todos los alimentos se relaciona con su seguridad y su calidad. El consumidor se enfoca en identificar alimentos de calidad, seguros, confiables, limpios y ecológicos.
- El precio del producto no siempre es el factor más importante para la compra de alimentos y bebidas.

PARA OTRA PUERTA DE ENTRADA...



- Los productos alimenticios occidentales gozan de excelente reputación ya que son vistos como de alta calidad y seguridad.
- Puerta de ingreso para nuestros productos hacia China continental (sur de China), Macao y otros países del sudeste asiático.
- Mercado que atrae a más de 40 millones de turistas chinos continentales al año.

PERO PARA DETERMINADOS PRODUCTOS...



- Las importaciones de productos a granel y *commodities* agrícolas intermedios no son importantes debido a que la industria de producción y procesamiento de alimentos es pequeña.
- Las oportunidades específicas para los productos orgánicos crecen a medida que los consumidores perciben cada vez más lo orgánico como garantía de calidad y seguridad.



EL MERCADO HONGKONÉS TAMBIÉN PRESENTA DESAFÍOS...

¿ CUÁLES SON?



- Hong Kong es una región administrativa especial de la República Popular China. Aplica un régimen de certificación independiente con normas técnicas propias y sin disposiciones, como el reconocimiento mutuo con China.
- Elevados requisitos sobre etiquetado y estándares de residuos.
- Importación de alimentos y bebidas sujetas al control de varias leyes locales y regulaciones sobre colorantes, edulcorantes, presencia de metales, conservantes y residuos de pesticidas.
- La competencia no se da en los aranceles de importación. Nuestros principales competidores (China, Australia, Nueva Zelandia y los países de la ASEAN) cuentan con la ventaja de menores costos de flete por su cercanía a Hong Kong.
- Muchos supermercados cobran tarifas de asignación durante un período de prueba para nuevos productos, así como otros términos: 1) descuentos de promoción (número de promociones de descuento ofrecidas cada año); 2) descuento fijo por año que un proveedor paga a la cadena minorista en función de la facturación anual); 3) subsidio de distribución que cobran los supermercados por distribuir los productos de su almacén a sus sucursales; 4) descuentos de incentivos (porcentaje de la facturación reembolsado al supermercado cuando las ventas superen un monto acordado). Como referencia general, alrededor del 15% de la facturación se devuelve a los grandes supermercados y el 8% a los más pequeños.



Importación de productos alimenticios para consumo: US\$ 19.500 millones



PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS

5% de producción local. Alta dependencia de la importación de alimentos (95%).



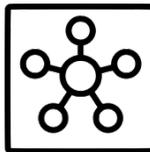
SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS

Es una consideración de suma importancia, lo que impulsa la demanda de alimentos de calidad premium, orgánicos, naturales y con trazabilidad.



PRINCIPALES COMPETIDORES

China – Brasil – Estados Unidos – Australia – Nueva Zelanda – Tailandia – Francia – Países Bajos – Japón.



HUB REGIONAL

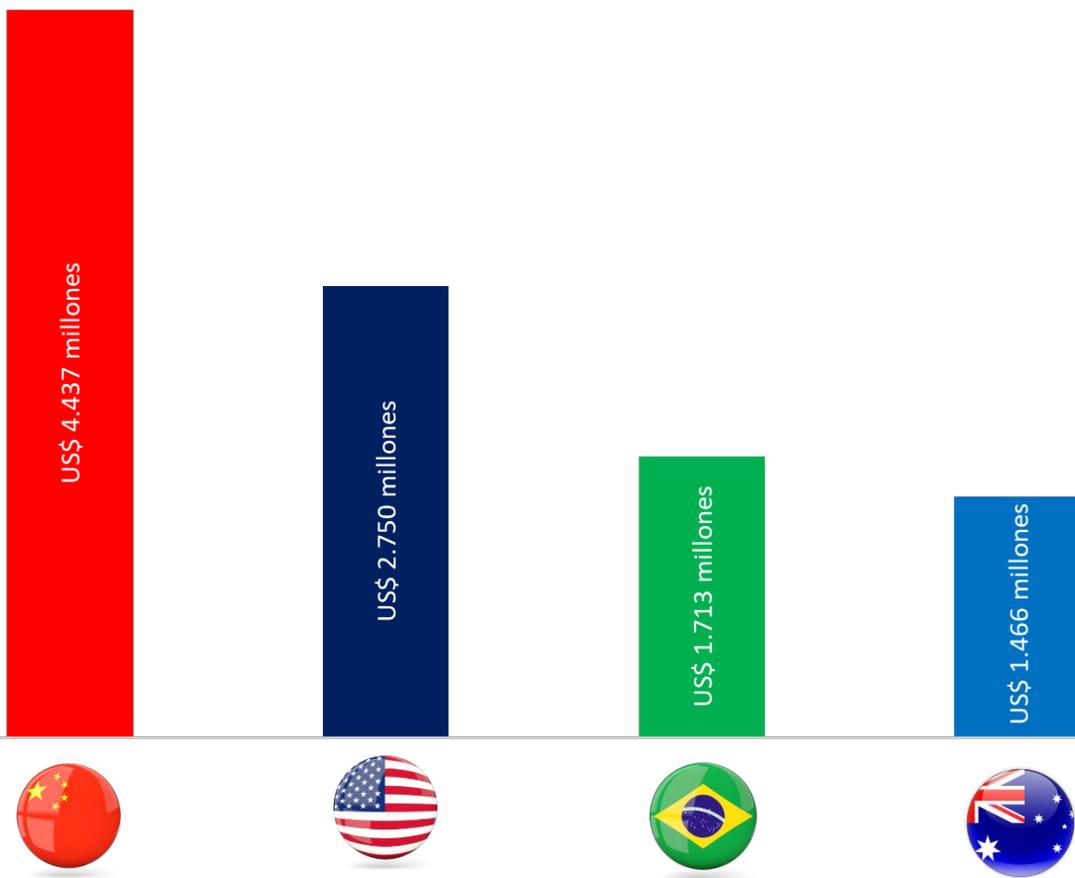
Mercado muy dinámico que también es un *hub* para la distribución de productos hacia China y otros países asiáticos.

Principales productos alimenticios importados (en millones de US\$ - 2019)

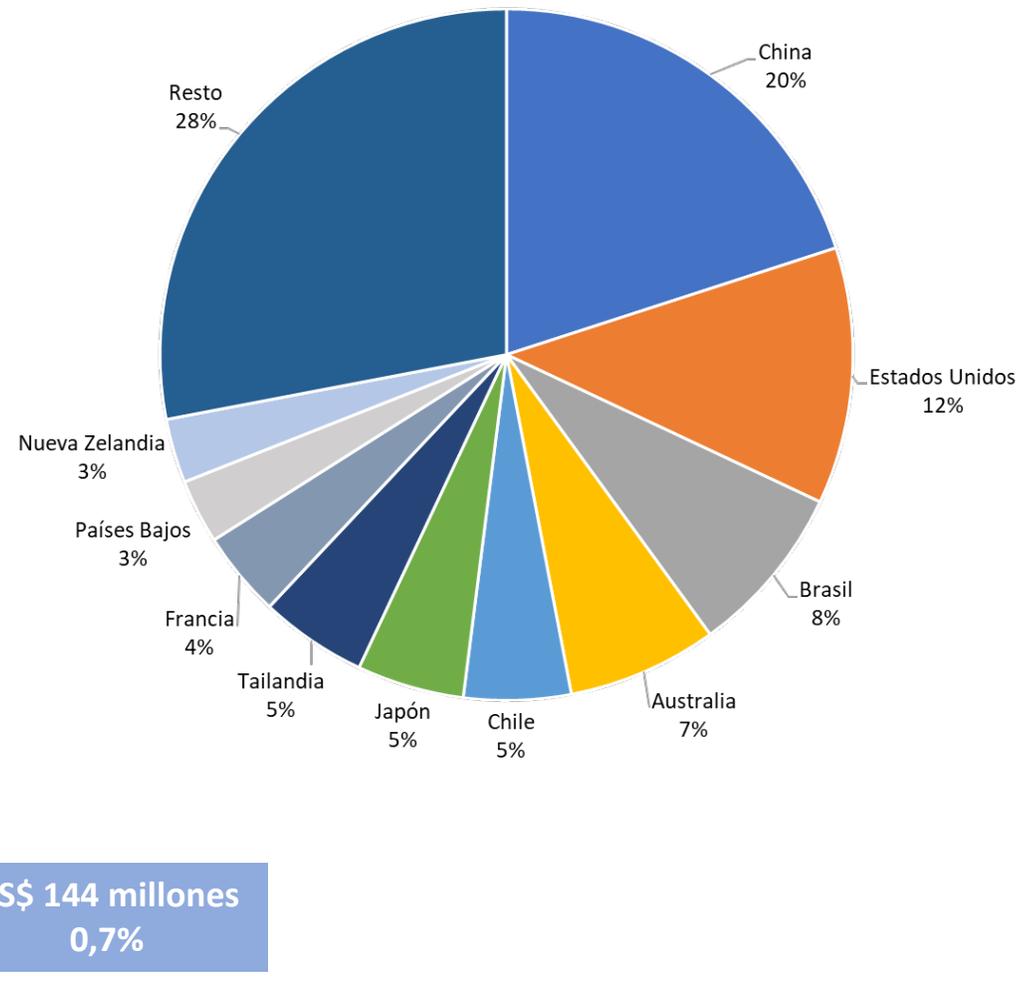




Principales países exportadores de productos agrícolas y alimenticios a Hong Kong
(en millones de US\$ - 2019)



Distribución del mercado de importación de productos agrícolas y alimenticios
(por país - en % - 2019)





- Población, economía e ingresos en crecimiento que impulsan cada vez más la demanda de alimentos importados. Mercado dependiente de la importación de algunos productos por agotamiento de recursos (pescados y mariscos).
- Mayor cantidad de hogares con doble ingreso económico que impulsa la demanda de alimentos listos para cocinar/comer.



- Mercado maduro y sofisticado con fuerte demanda de productos gourmet.
- Consumidor que constantemente está buscando nuevos productos alimenticios de alta calidad.
- Consumidores dispuestos a pagar más por productos con valor agregado, aumento de la demanda de alimentos de mayor precio.



- La campaña EatSmart lanzada por el Departamento de Salud dio un fuerte impulso al consumo de alimentos envasados y naturales de calidad prémium.
- Las cuestiones que hacen a la seguridad de los alimentos impulsan fuertemente la demanda de alimentos congelados. El consumidor los considera más higiénicos y prácticos.



- El crecimiento del turismo está impulsando la demanda de productos alimenticios prémium occidentales en hoteles, restaurantes y cadenas de comidas rápidas.
- En 2019, recibió la visita de 56 millones de turistas.
- Hong Kong es un gran *shopping mall* para los chinos continentales, que viajan hasta ahí para hacerse de productos prémium a menor precio.

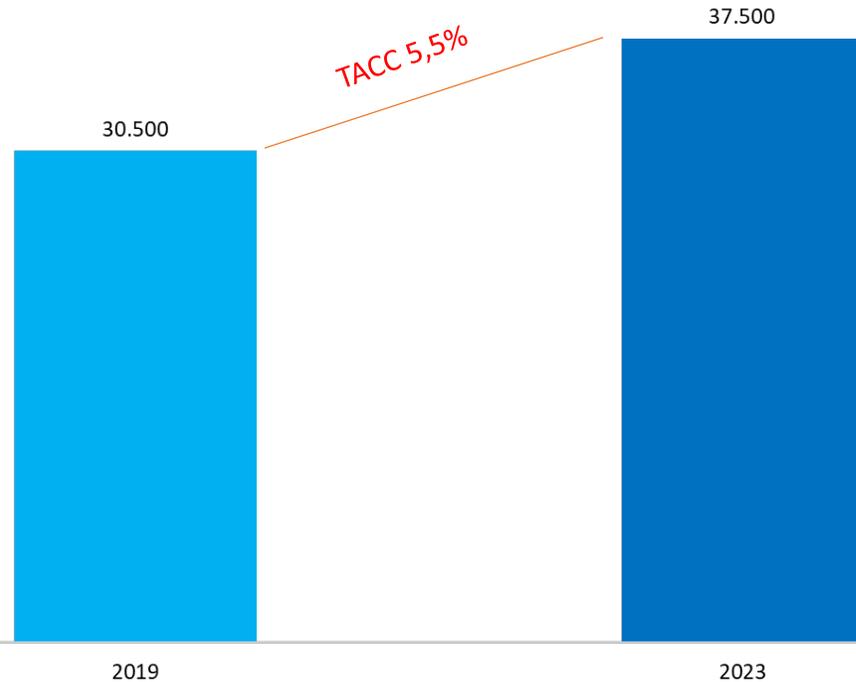


GASTO MENSUAL DE CONSUMO - PRINCIPALES ALIMENTOS

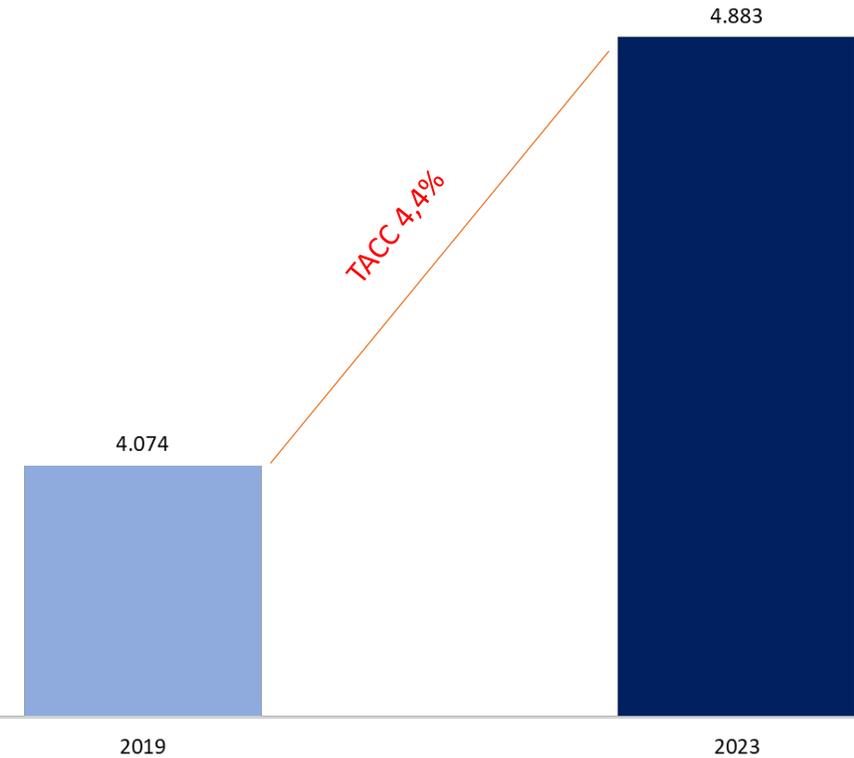
Alimentos	Gasto mensual promedio (por hogar - en US\$)	% del total
	Total mensual : US\$ 974	Total mensual: 27,3%
Comidas fuera del hogar	US\$ 638	17,9%
Carne de cerdo	US\$ 39	1,1%
Verduras frescas	US\$ 38	1,1%
Pescado salado	US\$ 29	0,8%
Productos de panadería	US\$ 25	0,7%
Frutas frescas	US\$ 25	0,7%
Otros alimentos	US\$ 25	0,7%
Pescados procesados	US\$ 18	0,5%
Carnes congeladas	US\$ 15	0,4%
Productos lácteos	US\$ 13	0,4%
Pescado fresco	US\$ 12	0,4%
Carne aviar	US\$ 12	0,4%
Carne vacuna	US\$ 8	0,2%
Carne enlatada	US\$ 2	0,1%



Proyección gasto anual consumo de alimentos
(en millones de US\$ - 2019/23)



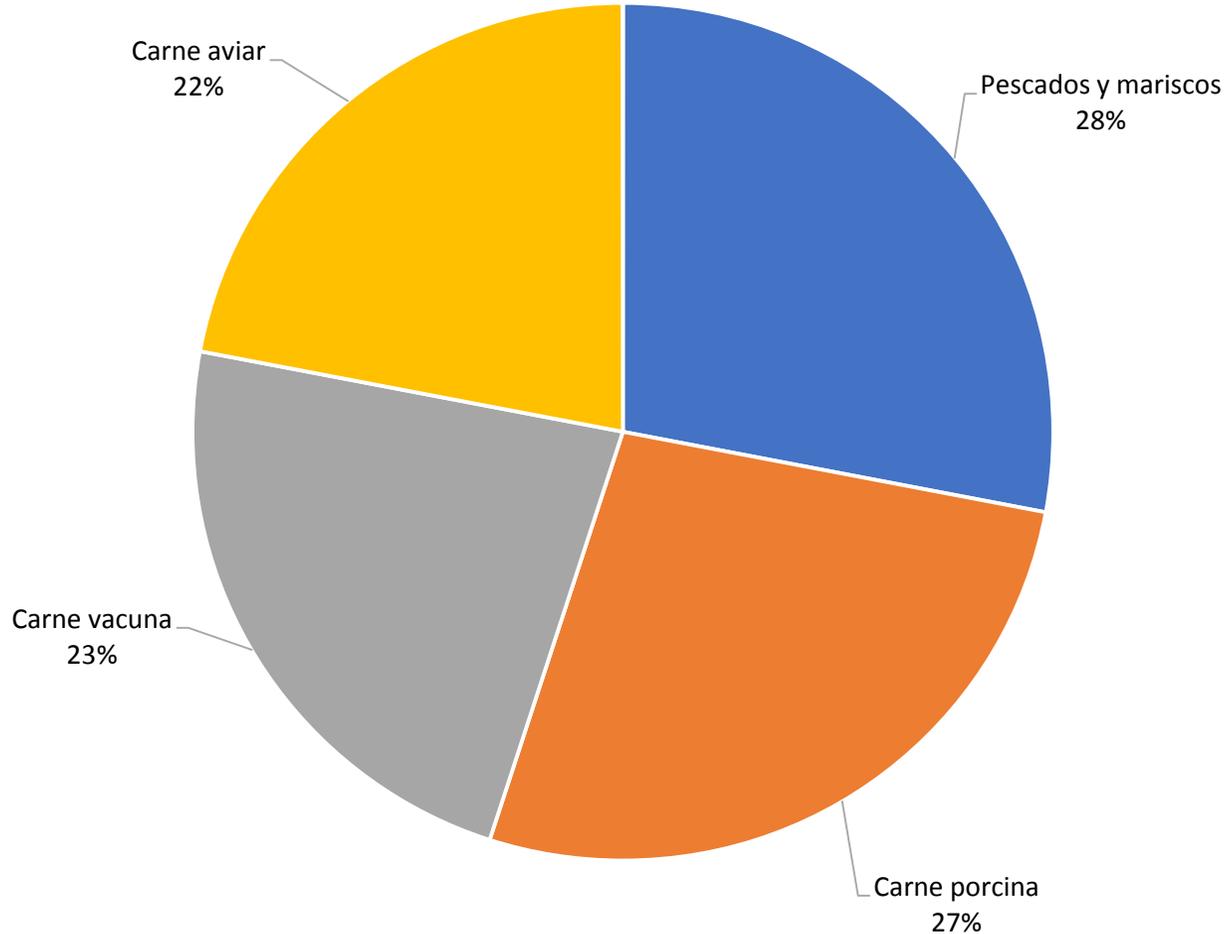
Proyección gasto anual per cápita consumo de alimentos
(en US\$ - 2019/23)



El envejecimiento de la población no impulsará el crecimiento del consumo en volumen. El crecimiento estará impulsado por el gasto (en valor) debido a mejores ingresos que se destinarán al consumo de alimentos de primera calidad.



Distribución del consumo de carnes en Hong Kong
(por tipo – en %)



Consumo anual per cápita de carnes en Hong Kong
(por tipo – en kg)

Pescados y mariscos	71,2
Carne porcina	67,1
Carne bovina	57,1
Carne aviar	54,8

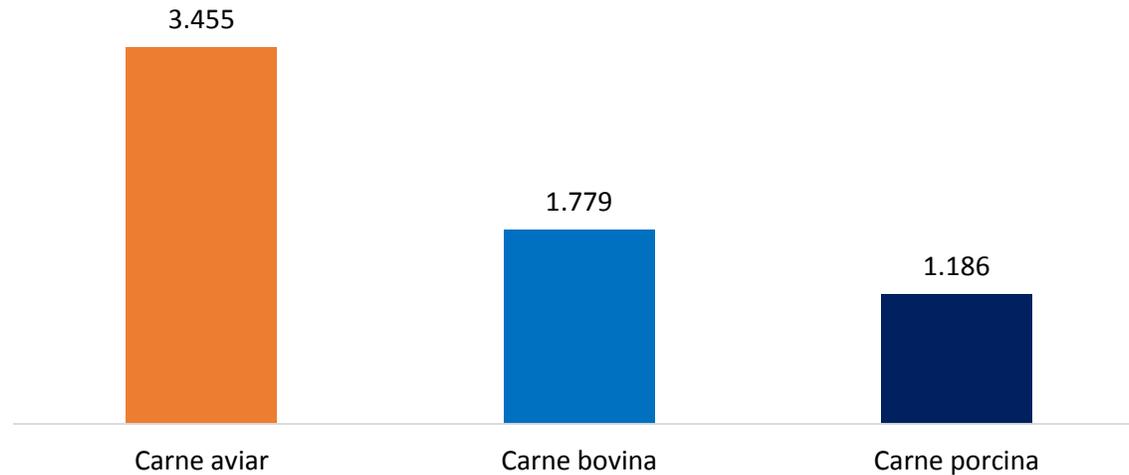
Fuente: DNCEI en base a datos de rotecna.com y channelnewasia.com

- El consumo de carnes y pescados continuará dominando el escenario del gasto en alimentos hasta 2023.
- El consumo de carne (bovina, porcina y aviar) representa el mayor gasto en alimentos. En 2023, representará el 27% del gasto total.
- Hasta 2023, el gasto en carnes crecerá a una TACC de 6,1%.

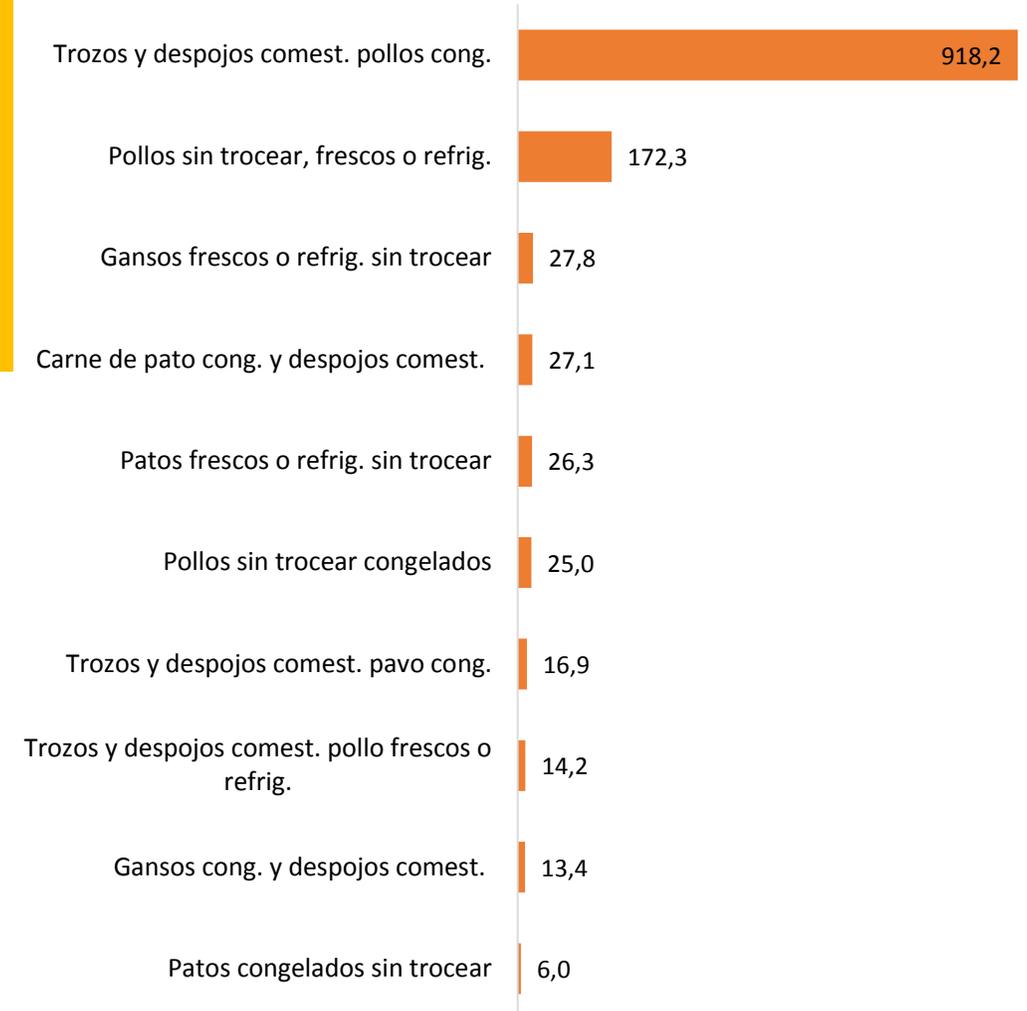


- En términos de preferencias, la carne aviar representa casi la mitad del gasto total que realizan los consumidores en carnes.
- El pollo no solo es una carne simple y rápida de preparar, es un ingrediente común en las comidas listas para comer y en alimentos congelados.
- El predominio del consumo de carne aviar se debe a que es más accesible, menos costosa y con mayor disponibilidad en el mercado.
- Las importaciones desde Brasil y Estados Unidos son reexportadas en su mayoría a China continental, mientras que las de Tailandia se consumen en Hong Kong.

Distribución del gasto anual en consumo de carne
(por tipo – en millones de US\$)

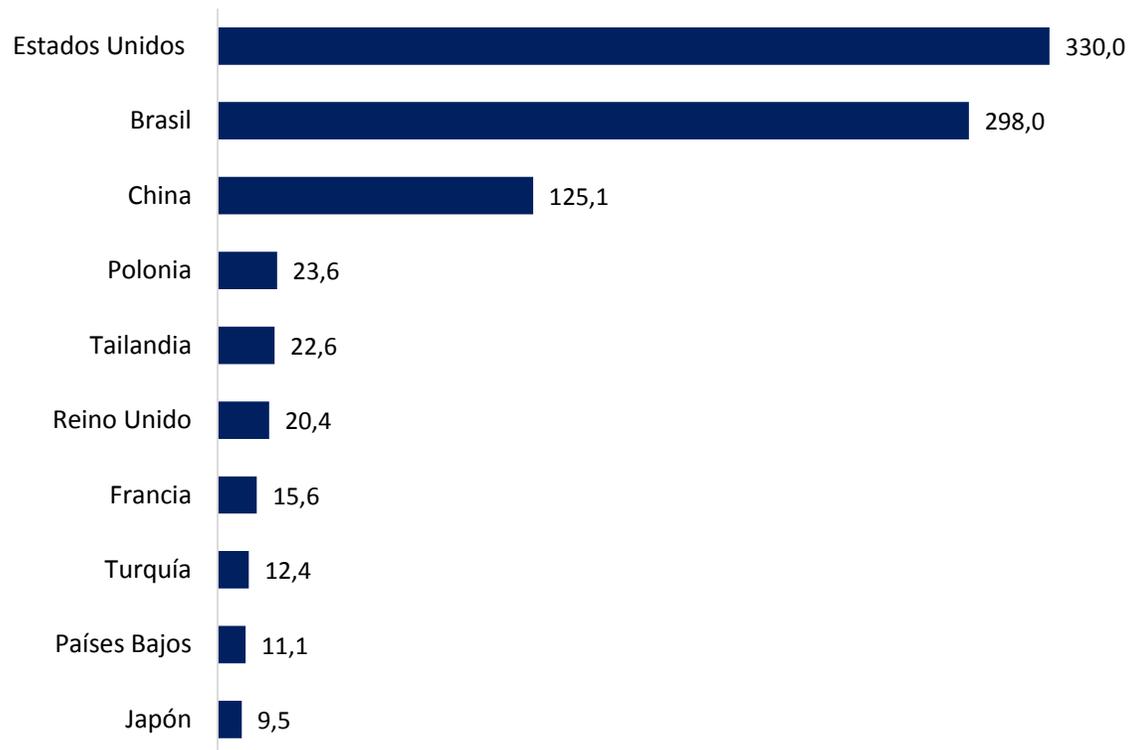


Importación de carne aviar
(por tipo – en millones de US\$ - 2019)





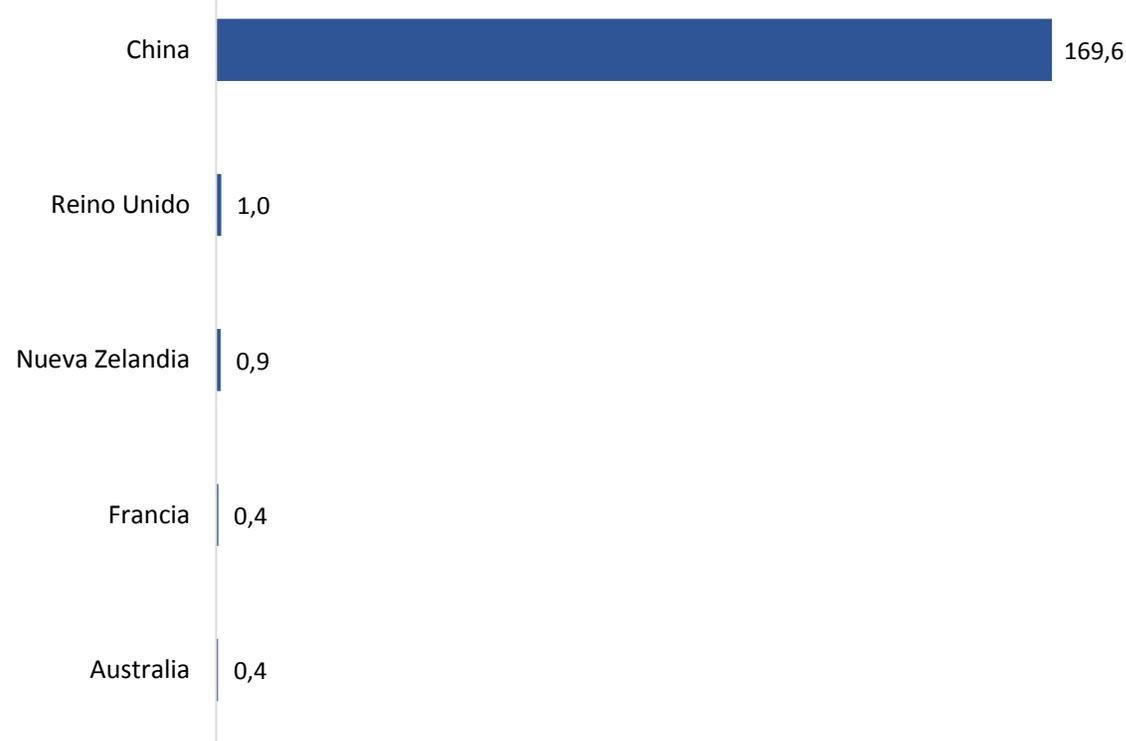
Importación de trozos y despojos comestibles de pollo congelados (por país – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES
ESTADOS UNIDOS (36%) – BRASIL (32%) – CHINA (14%)

ARANCELES TROZOS Y DESPOJOS COMEST. POLLO CONG.
(0207.14)

Importación de pollos sin trocear frescos o refrigerados (por país – en millones de US\$ - 2019)



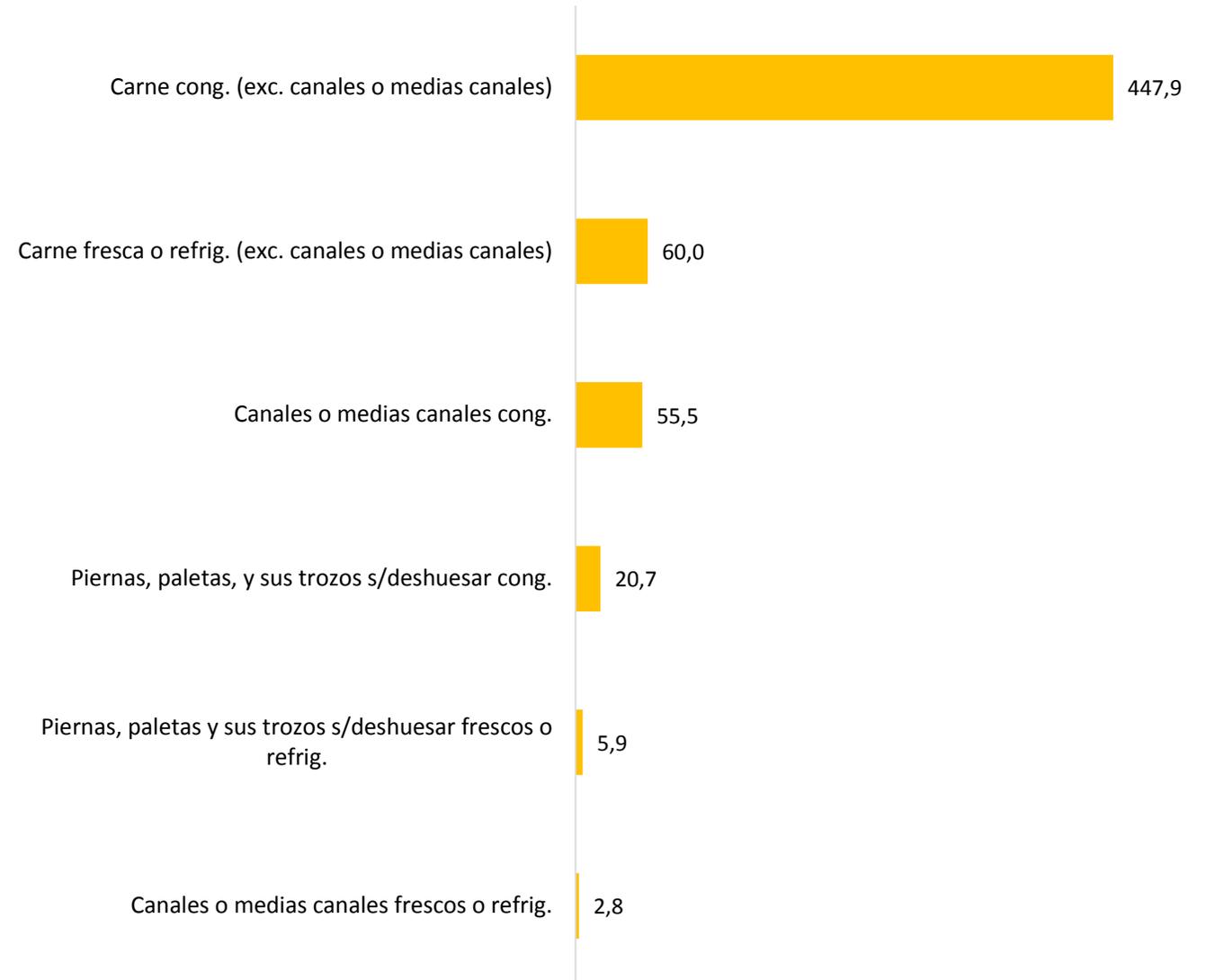
PRINCIPALES ORÍGENES
CHINA (98%)

ARANCELES POLLOS S/TROCEAR FRESCOS O REFRIG. (0207.11)
0% (NMF)



- Elevada dependencia de la importación.
- La carne de cerdo fresca es la opción más económica (por precio) para el consumidor. Pero otros factores, como la practicidad están impulsando las compras de carne refrigerada en los supermercados.
- Tres formas principales de consumo: refrigerada o congelada, despojos comestibles y conservas.
- El 70% del consumo es de carne refrigerada o congelada.
- Estacionalidad del consumo. Otoño e invierno son las estaciones de mayor consumo.
- A futuro se espera que las importaciones continúen creciendo impulsadas por la demanda local.
- La tendencia también marcará una mayor demanda de carne porcina prémium para abastecer la demanda de hoteles, restaurantes y sectores de mayores ingresos económicos.

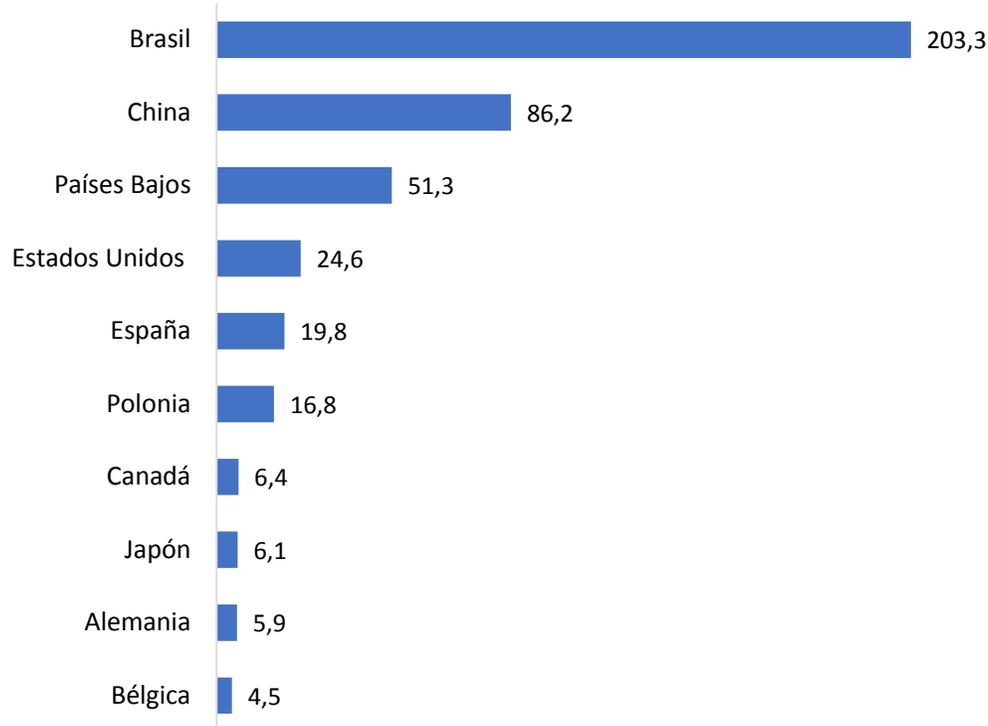
Importación de carne porcina
(por tipo – en millones de US\$ - 2019)



Fuente: DNCEI en base a datos de rotecna.com y TradeMap



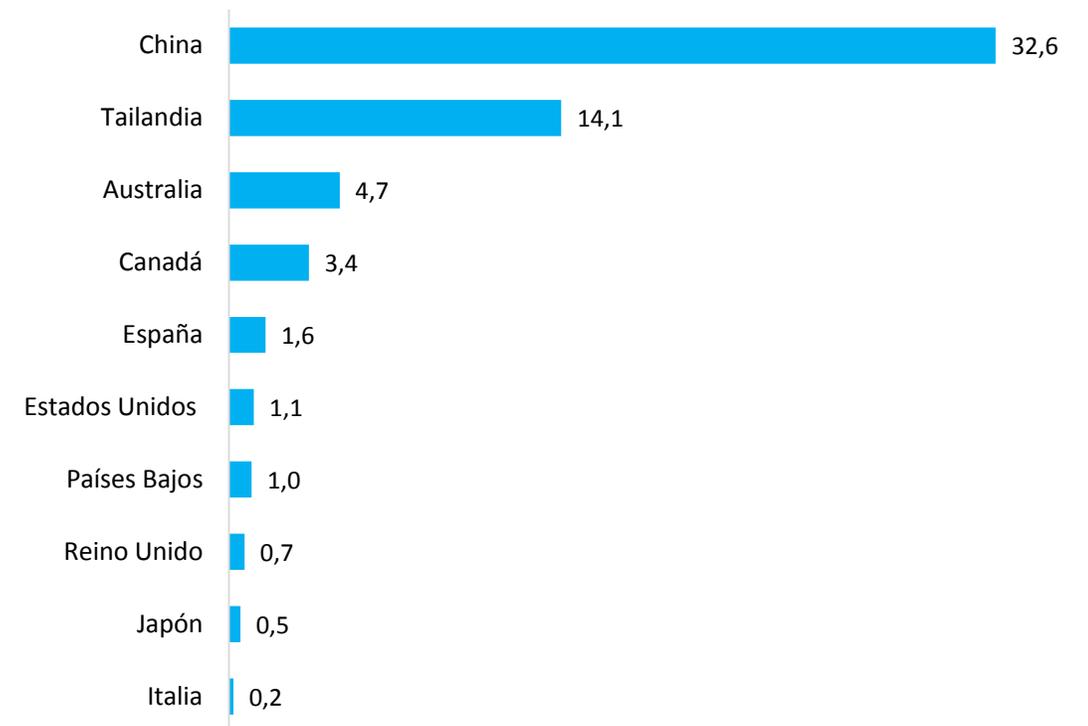
Importación de carne porcina congelada (por país – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES
BRASIL (45%) – CHINA (19%) – PAÍSES BAJOS (11%)

ARANCELES CARNE PORCINA CONGELADA (0203.29)
0% (NMF)

Importación de carne porcina fresca o refrigerada (por país – en millones de US\$ - 2019)



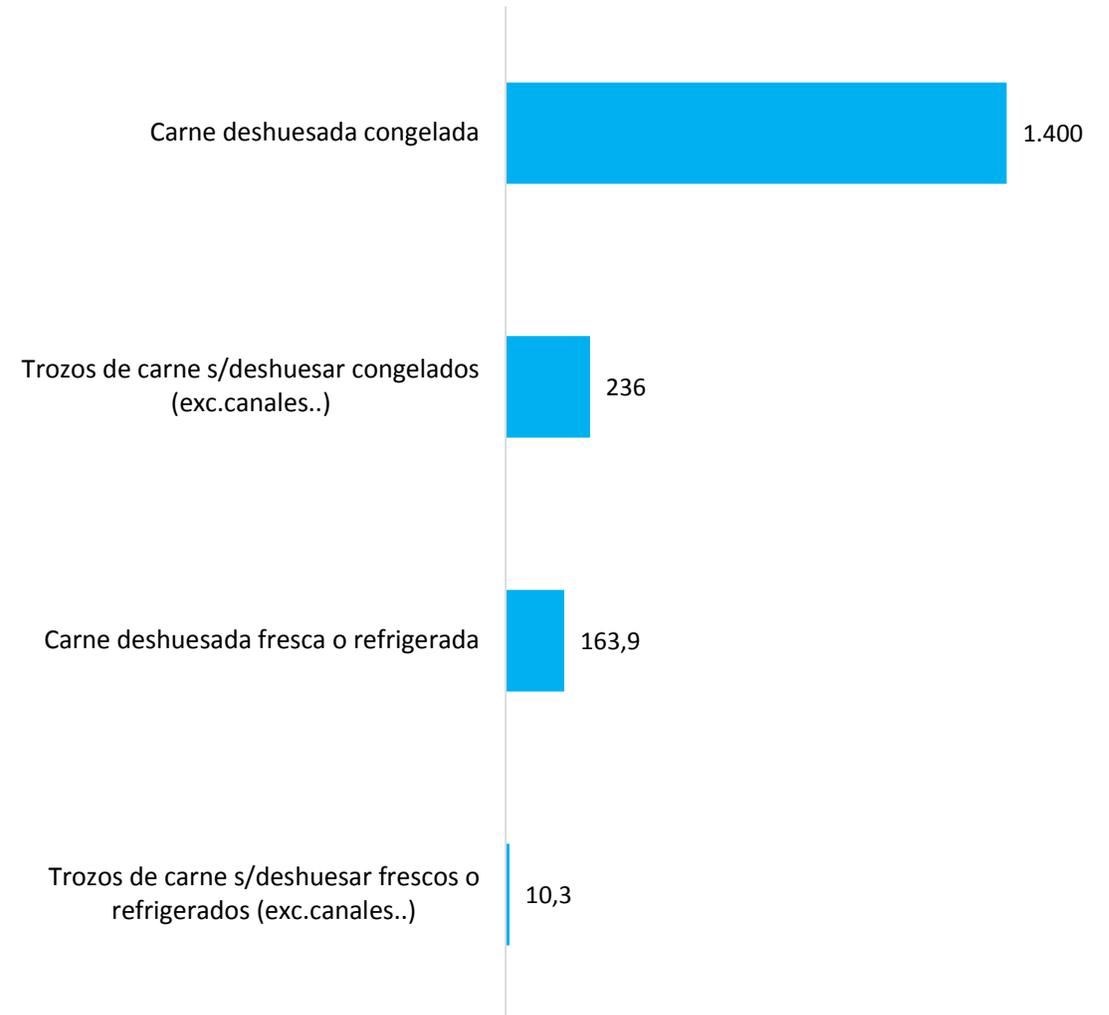
PRINCIPALES ORÍGENES
CHINA (54%) – TAILANDIA (24%) – AUSTRALIA (8%)

ARANCELES CARNE PORCINA FRESCA O REFRIGERADA (0203.19)
0% (NMF)



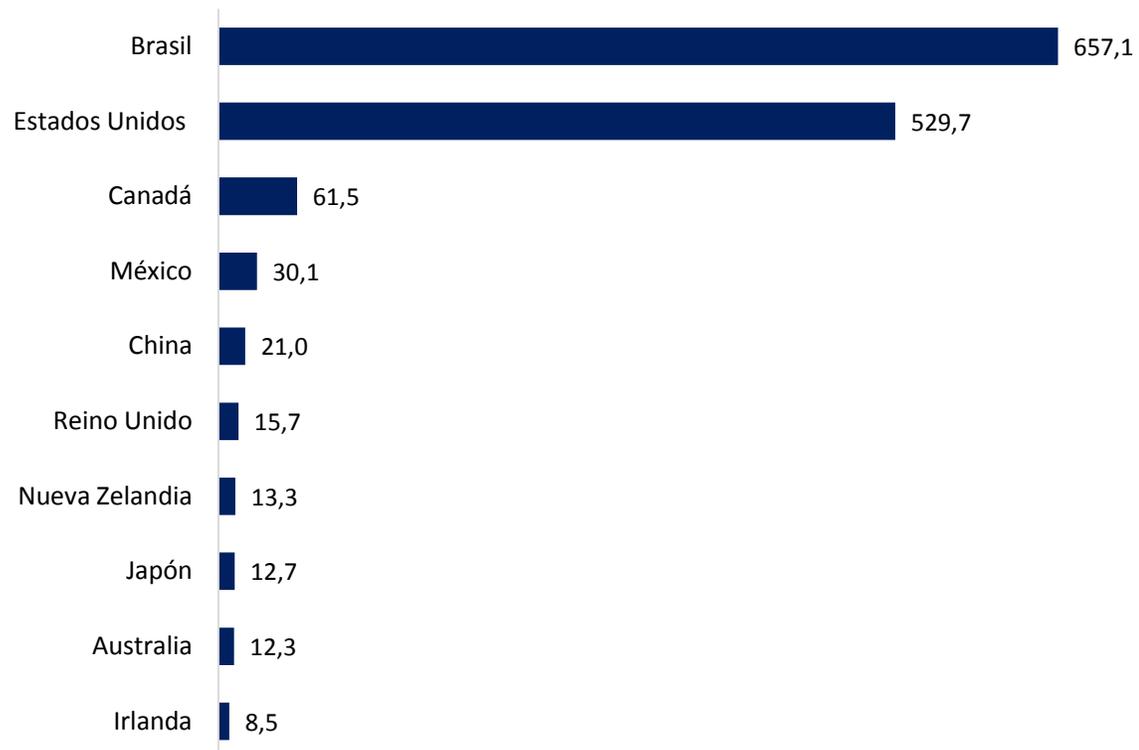
- Alta demanda de carnes premium que se destinan principalmente a las cadena de hiper y supermercados y a los servicios de comida (restaurantes y hoteles) de alta gama.
- Elevada competencia entre los principales productores de carne por el interés que representa el mercado de Hong Kong.
- Mercado atractivo para carnes premium por la cantidad de turistas que visitan la ciudad y los altos ingresos de sus habitantes, que están abiertos a los productos occidentales.
- El crecimiento de los servicios de comida de estilo occidental, japonés y coreano están impulsando la demanda de carne vacuna.
- El etiquetado con el país de origen de la carne no es obligatorio, pero el consumidor está demandando cada vez más que se incluya esta información.

Importación de carne vacuna
(por tipo – en millones de US\$ - 2019)





Importación de carne deshuesada congelada (por país – en millones de US\$ - 2019)

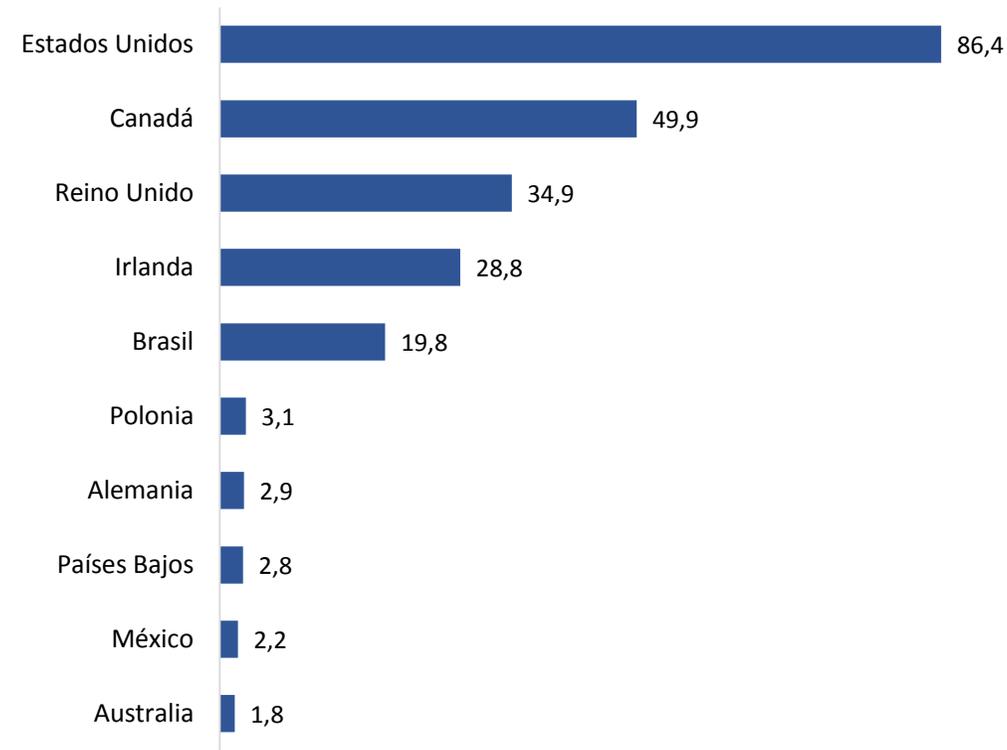


PRINCIPALES ORÍGENES

BRASIL (47%) – ESTADOS UNIDOS (38%) – CANADÁ (4%)

ARANCELES CARNE DESHUESADA CONGELADA (0202.30)
0% (NMF)

Importación de trozos de carne s/deshuesar congelados (por país – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES

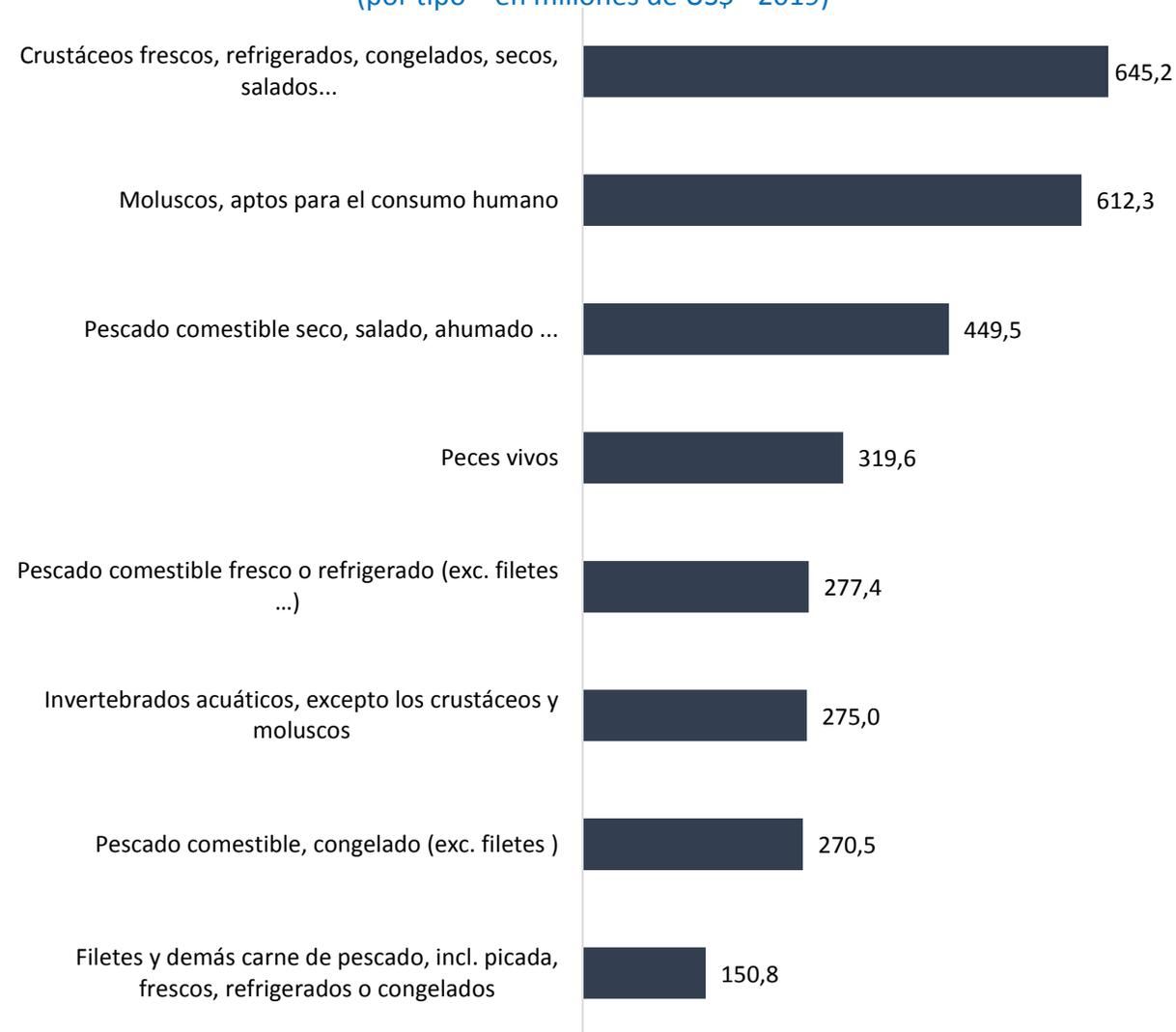
ESTADOS UNIDOS (37%) – CANADÁ (21%) – REINO UNIDO (15%)

ARANCELES TROZOS DE CARNE S/DESHUESAR CONG. (0202.20)
0% (NMF)



- El consumo per cápita supera los 70 kg anuales, casi el cuádruple del promedio mundial.
- Hasta 2023, se prevé un gasto menor en el consumo de pescados y mariscos comparado con 2019, que pasó del 18,9% al 13%.
- Caída en el consumo de pescados y mariscos como consecuencia de la contaminación y sobrepesca, que impulsaron la importación del producto y su precio.
- El 95% de los pescados y mariscos que se consumen son importados. Entre 30% y 40% de las importaciones son reexportadas a China continental, Macao y Taiwán.
- Los desperdicios comestibles de pescado son muy populares, lo cual ofrece oportunidades para productos que no se consumen en nuestro país.
- En los supermercados (23% de la comercialización de pescados y mariscos) predomina la venta de caballa, salmón, bacalao y pescados fileteados.

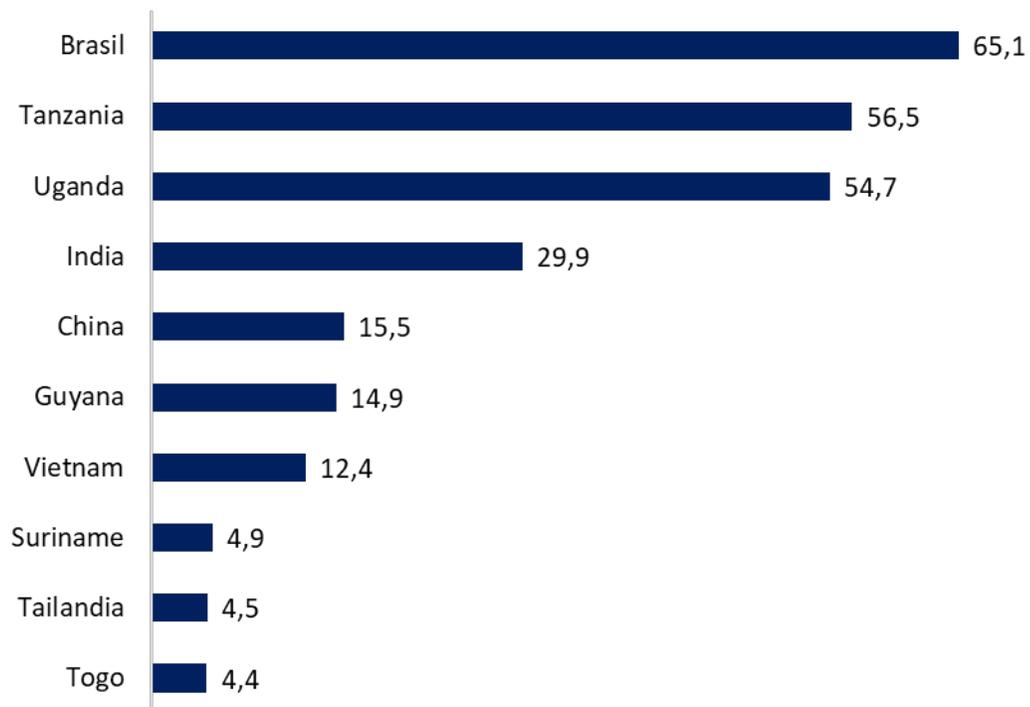
Importación de pescados y mariscos (por tipo – en millones de US\$ - 2019)



Fuente: DNCEI en base a datos de foodexport.org; fitchsolutions.com y TradeMap



Importación de cabezas de pescados y colas ahumados, salados...
(por país – en millones de US\$ - 2019)

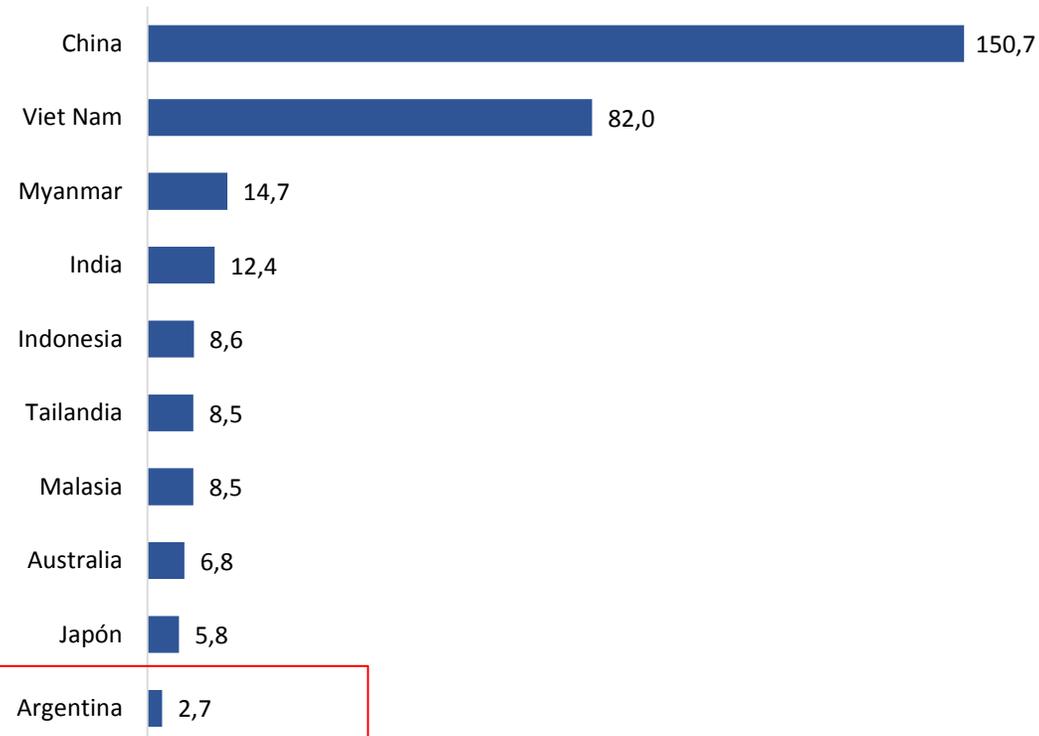


PRINCIPALES ORÍGENES

BRASIL (47%) – ESTADOS UNIDOS (38%) – CANADÁ (4%)

ARANCELES CABEZAS DE PESCADO Y COLAS (0305.72)
0% (NMF)

Importación de camarones y langostinos congelados
(por país – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES

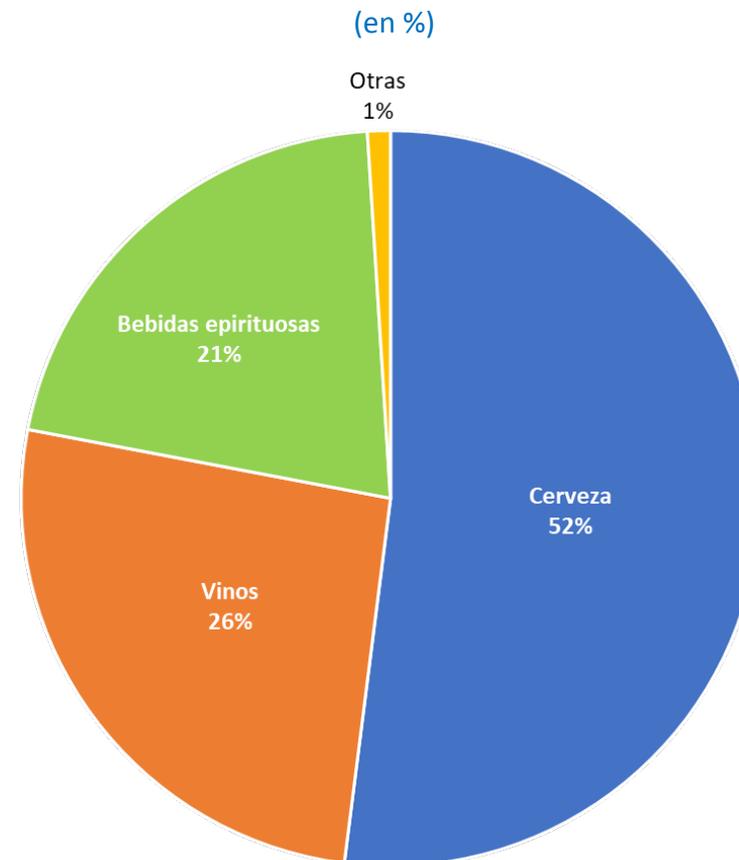
CHINA (48%) – VIETNAM (26%) – MYANMAR (5%)

ARANCELES TROZOS DE CAMARONES Y LANGOSTINOS CONG. (0306.17)
0% (NMF)



- Mercado dinámico, tanto para el consumo interno como para la reexportación.
- Preferencia por el vino tinto (cabernet, merlot y shiraz), aunque el vino blanco está ganando mercado. El vino espumante es más preferido por las mujeres.
- Alrededor del 37% de los vinos son reexportados a China continental, Macao, Taiwán y Vietnam.
- El consumidor conoce cada vez más sobre vinos y las nuevas tendencias en bebidas alcohólicas. Los vinos biodinámicos, naturales, veganos y orgánicos están ganando presencia en el mercado.
- Los vinos del “viejo mundo” dominan el mercado, pero los vinos del “nuevo mundo” están ganando popularidad ya que son más fáciles de consumir, principalmente entre los más jóvenes.
- El gasto promedio anual per cápita es de US\$ 640.

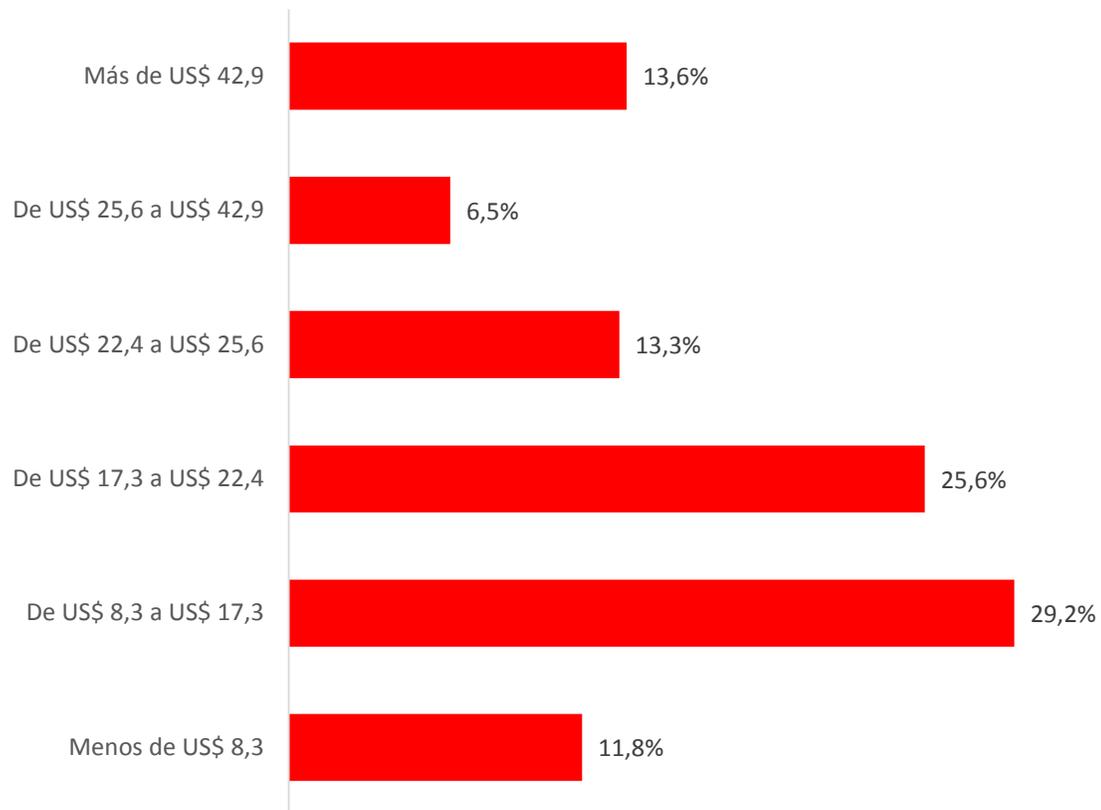
Distribución del consumo de bebidas alcohólicas





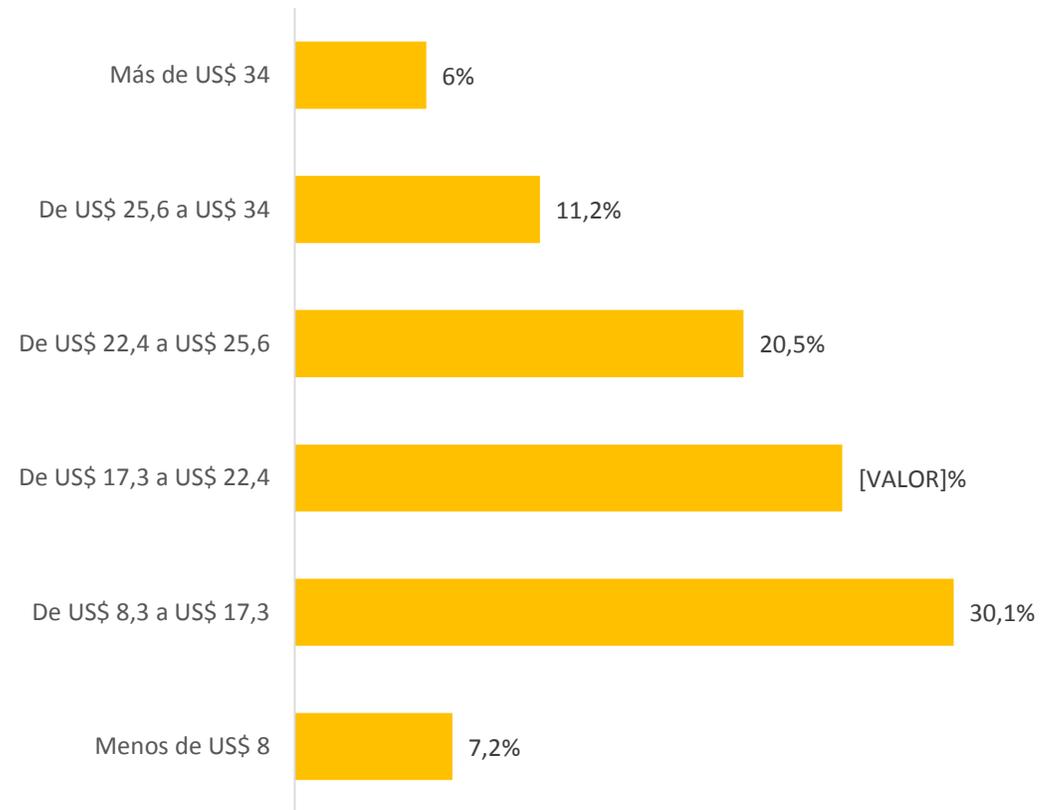
Distribución venta de vino tinto importado

(por rango de precios – en % - 2018)



Distribución venta de vino blanco importado

(por rango de precios – en % - 2018)





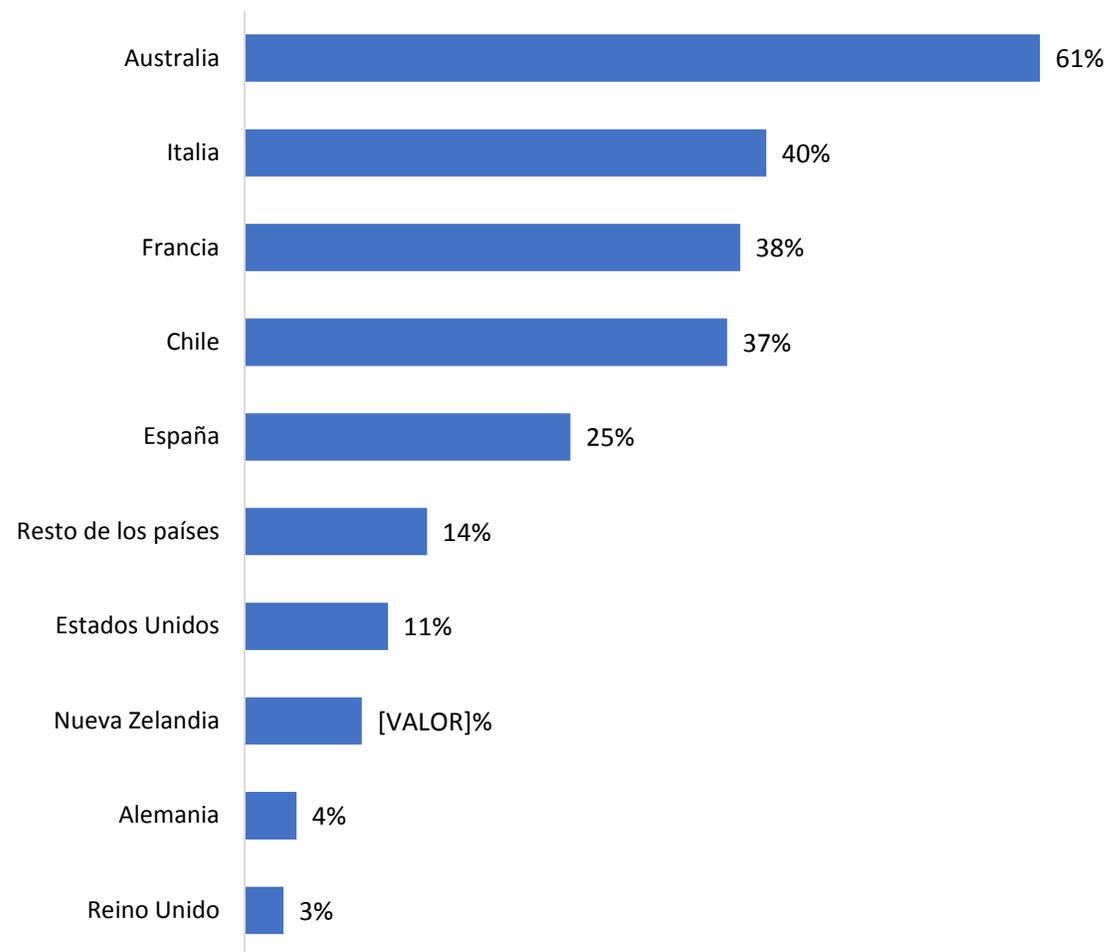
Importación de bebidas alcohólicas

(por tipo – en millones de US\$ - 2019)



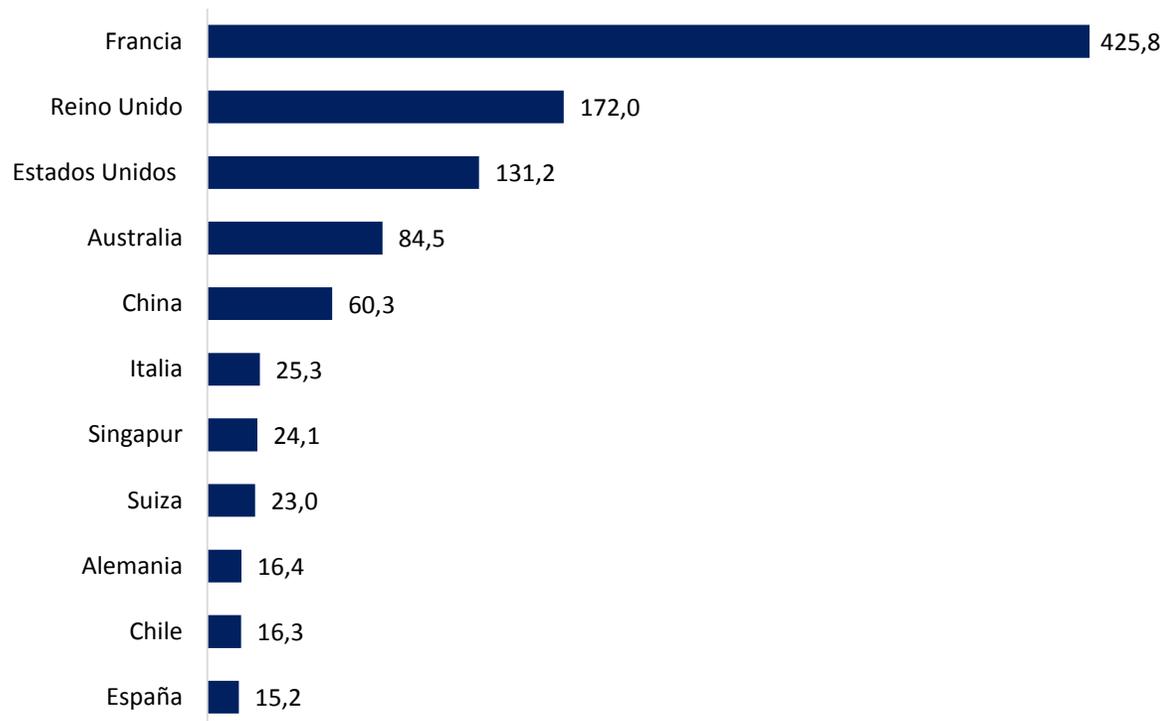
Reexportación de vinos

(por país de origen del producto – en % - 2019)

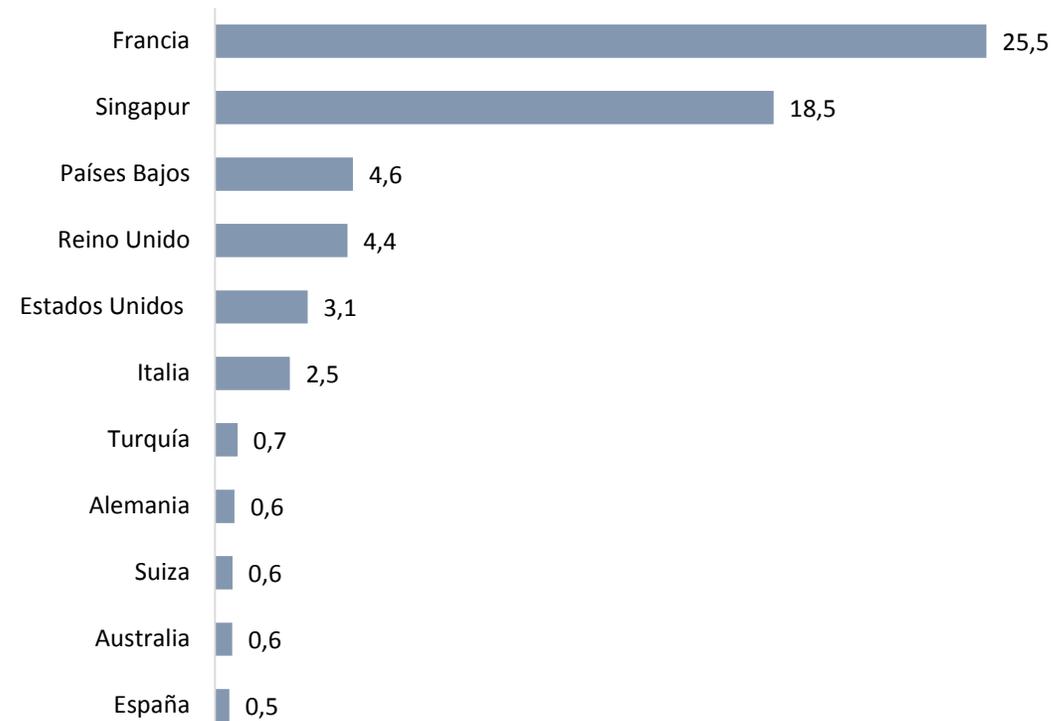




Importación de vino en botella (por país – en millones de US\$ - 2019)



Importación de vino espumante (por país – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES
FRANCIA (40%) – REINO UNIDO (16%) – ESTADOS UNIDOS (12%)

ARANCELES VINO EN BOTELLA (2204.21)
0% (NMF)

PRINCIPALES ORÍGENES
FRANCIA (41%) – SINGAPUR (21%) – PAÍSES BAJOS (7%)

ARANCELES VINO ESPUMANTE (2204.10)
0% (NMF)

HONG KONG: Perspectivas comerciales y de consumo

Oportunidades del mercado – Lácteos

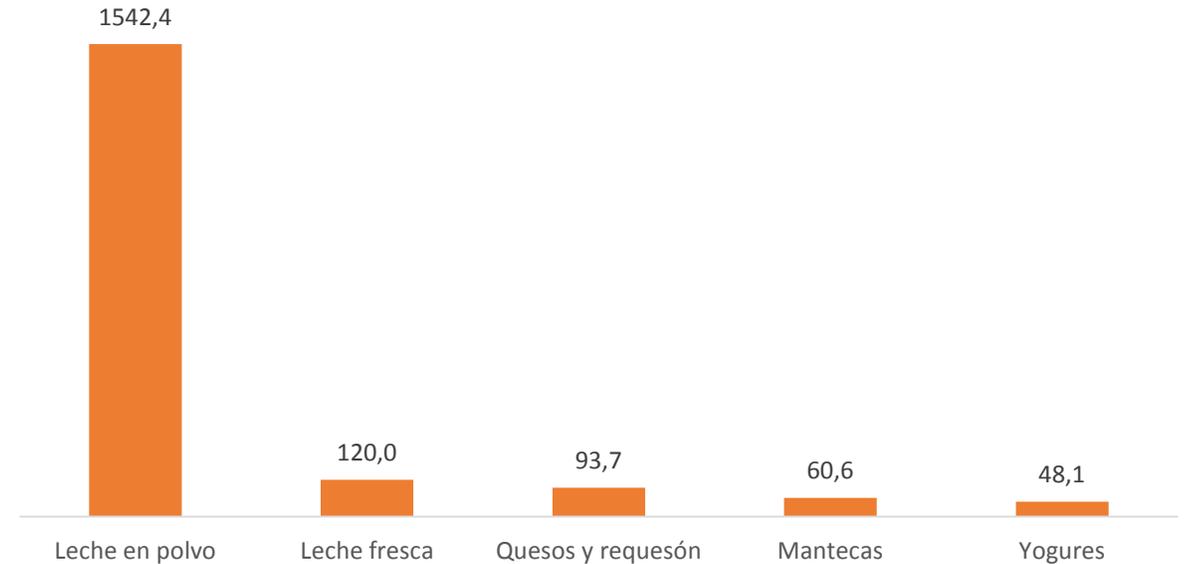


- Es una de las categorías que más crecerá su participación en el gasto total de alimentos.
- El consumidor demanda productos lácteos más sofisticados.
- Este crecimiento está dado por la diversificación de la dieta más allá del consumo de carnes y pescado.
- La TACC hasta 2023 será de 6,4%.
- El gasto anual proyectado hacia 2023 para el consumo de lácteos será de US\$ 2.400 millones.

Gasto mensual (por hogar) en productos lácteos:
US\$ 13 (0,4% del total)

- Las compañías abastecen el mercado de leche fresca, que es procesada localmente pero con el insumo importado desde China.

Importación de productos lácteos (por producto - en millones de US\$ - 2019)



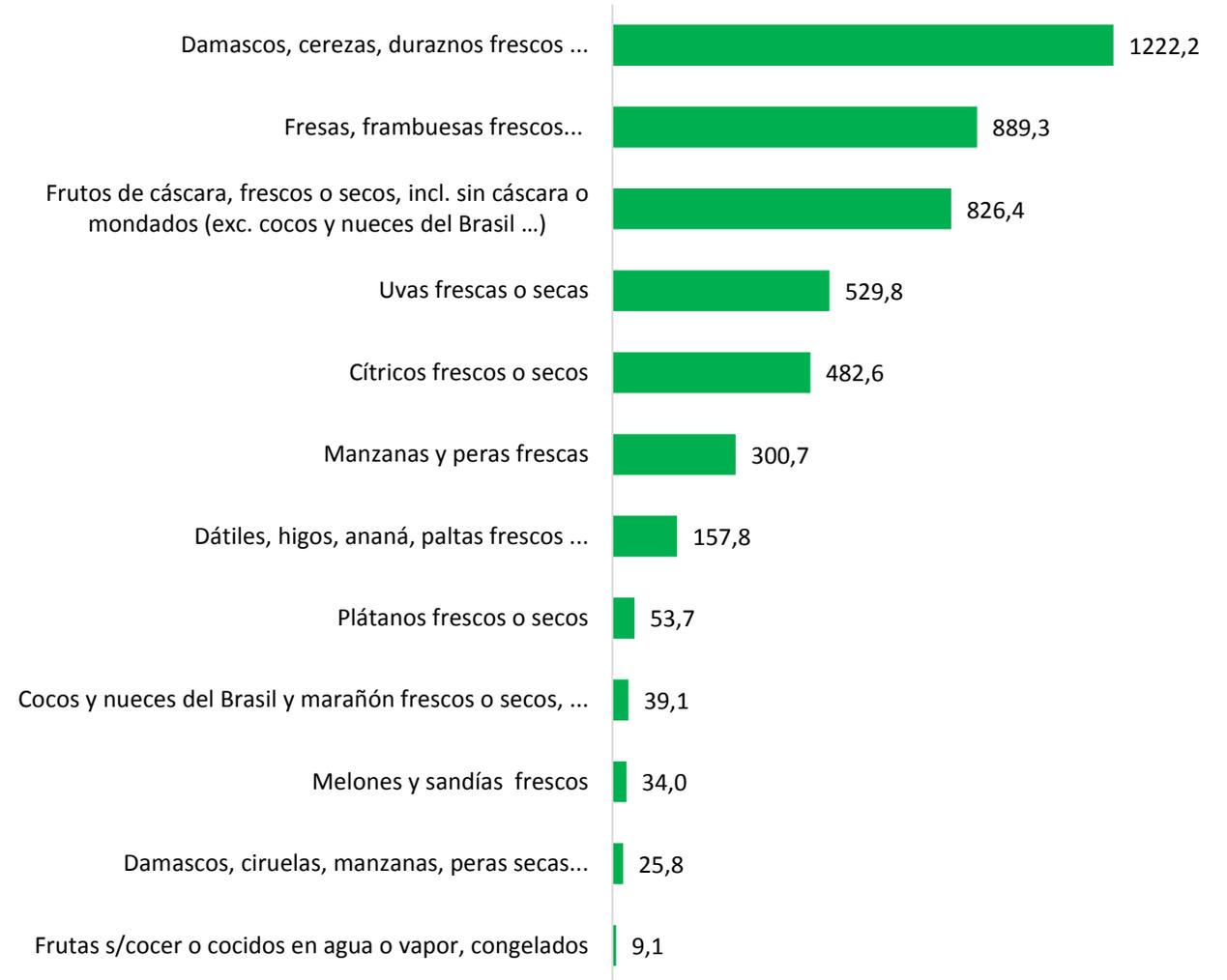
PRINCIPALES ORÍGENES

- **LECHE EN POLVO:** PAÍSES BAJOS (28%) – CHINA (24%) – NUEVA ZELANDIA (18%)
- **QUESOS:** REINO UNIDO (17%) – AUSTRALIA (16%) – FRANCIA (14%)
- **MANTECAS:** NUEVA ZELANDIA (46%) – AUSTRALIA (15%) – FRANCIA (15%)
- **YOGURES:** CHINA (32%) – SUIZA (12%)



- Mercado altamente demandante de frutas frescas de calidad y seguridad en lo que hace al control sobre el uso de pesticidas.
- Alrededor del 61% de las frutas importadas son reexportadas a China continental, que a su vez reexporta el 97% de las frutas importadas desde Hong Kong.
- Consumidor cada vez más interesado en frutas y verduras con valor agregado (ensaladas preenvasadas, verduras congeladas en rodajas, verduras cocidas envasadas al vacío).
- Demanda creciente de productos hidropónicos, orgánicos y libres de pesticidas.
- Alrededor del 40% de la comercialización de fruta se realiza a través de hiper y supermercados.

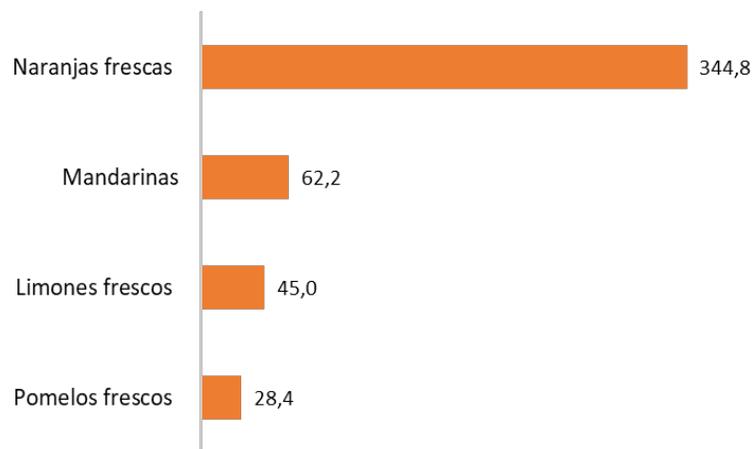
Importación de frutas (por producto - en millones de US\$ - 2019)





Importación de cítricos

(por producto – en millones de US\$ - 2019)

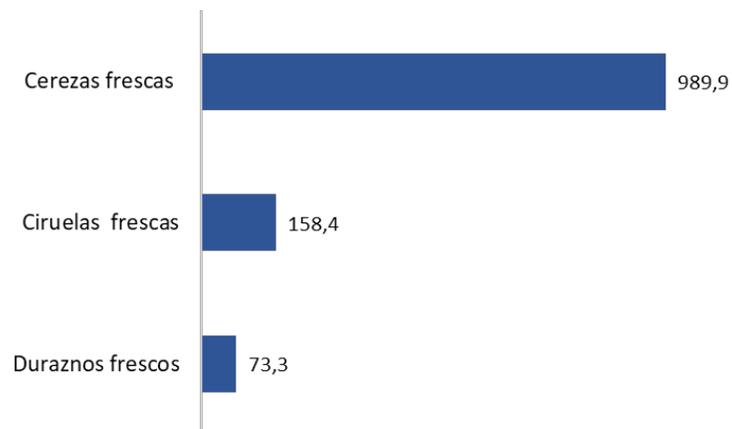


PRINCIPALES ORÍGENES:
SUDÁFRICA (26%) –
ESTADOS UNIDOS (22%) –
AUSTRALIA (20%)

ARANCELES CÍTRICOS (0805)
0% (NMF)

Importación de cerezas, ciruelas y duraznos

(por producto – en millones de US\$ - 2019)

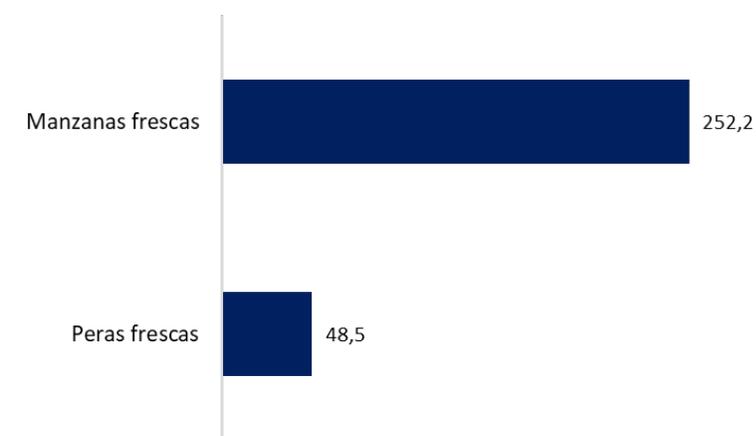


PRINCIPALES ORÍGENES:
CHILE (88%) –
ESTADOS UNIDOS (5%) –
AUSTRALIA (3%)

ARANCELES CEREZAS (0809)
0% (NMF)

Importación de manzanas y peras

(por producto – en millones de US\$ - 2019)



PRINCIPALES ORÍGENES:
CHINA (29%) –
NUEVA ZELANDIA (22%) –
ESTADOS UNIDOS (12%)

ARANCELES MANZANAS (0808)
0% (NMF)

La presente publicación no necesariamente refleja la opinión del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la Argentina.

Se autoriza la reproducción total o parcial citando fuentes.

