



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL
HONG KONG
2019



Contenido

1. Resumen Ejecutivo	2
2. Información General.....	3
3. Situación económica y de coyuntura	4
3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas	4
3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos	6
3.3. Nivel de Competitividad.....	6
4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios	7
4.1. Intercambio Comercial de Hong Kong con el Mundo	7
4.2. Intercambio Comercial de Hong Kong con el Perú	8
5. Acceso al Mercado	11
5.1. Medidas Arancelarias.....	11
5.2. Medidas No Arancelarias	12
6. Oportunidades Comerciales	12
6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales	12
6.2. Productos con Potencial Exportador.....	12
7. Tendencias del Consumidor	16
8. Cultura de Negocios	18
9. Links de Interés.....	19
10. Eventos Comerciales	19
11. Bibliografía.....	20

1. Resumen Ejecutivo

Hong Kong está rodeada por el mar de China Meridional. Limita al oeste con Macao y al norte con China Continental. Cuenta con una superficie total de 1.108 Km² que se distribuyen en 1.073 km² de tierra y 35 Km² de agua.

Abarca una extensión de aproximadamente el 60% del tamaño de Tumbes. Se divide en Nuevos Territorios, la península de Kowloon y la Isla de Hong Kong. Tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 733 km. Se estima que la población aumentó a 7.2 millones de habitantes en el 2018 y es uno de los territorios con mayor densidad poblacional en el mundo.

La Ley Básica en Hong Kong es equivalente a la Constitución. Según el Art. 13, China es responsable de las relaciones exteriores y defensa nacional. Sin embargo, el Art. 151 permite a Hong Kong negociar acuerdos dentro del ámbito de una economía de libre mercado. Es por ello que Hong Kong es considerada una Región Administrativa Especial con alto grado de autonomía y con un tratamiento aduanero independiente de China Continental.

Según el Heritage's Index of Economic Freedom¹ Hong Kong figura como la economía más libre del mundo. Se ha posicionado como el mejor lugar para hacer negocios en Asia. Como resultado, más de 1,300 empresas de todo el mundo tienen su centro de operaciones en Hong Kong. Con una población de 7.34 millones, Hong Kong destaca por ser una economía de servicios (92,2% del PIB). La intervención del sector público en la economía es muy limitada.

La administración del gobierno de Hong Kong ha demostrado tener fuertes incentivos para la puesta en marcha de acuerdos de libre comercio, acuerdos de promoción y protección de la inversión y acuerdos fiscales con otras economías, para que Hong Kong mantenga su condición de núcleo del comercio internacional y de la inversión en la región. Es por ello que está en negociaciones para ser parte del Acuerdo de Libre Comercio Asiático-China. Actualmente mantiene acuerdos de libre comercio con Australia, Chile, Nueva Zelanda, la AELC y la ASEAN.

Dentro de este contexto, el TLC con China nos ha posicionado en determinados productos del sector agro y pesca como las uvas frescas y papa procesada. Las preferencias arancelarias al 94.5% de nuestras líneas implica una desgravación inmediata (0% de arancel) para potenciales productos de exportación no tradicional.

¹ Según Milton Friedman, Hong Kong es quizás el mejor ejemplo de una economía de libre mercado en el mundo.

2. Información General

Hong Kong ocupa una posición estratégica de importancia al sudeste de la provincia China de Cantón. Está rodeada por el mar de China Meridional. Limita al oeste con Macao y al norte con China Continental. Cuenta con una superficie total 1.108 Km² que se distribuyen en 1.073 km² de tierra y 35 Km² de agua.

La extensión de Hong Kong es de aproximadamente el 60% del tamaño de Tumbes. En cuanto a su distribución administrativa, se divide en Nuevos Territorios (796 km² incluyendo 234 islas), la península de Kowloon (46,9 km²) y la Isla de Hong Kong (80,7 km²). Tiene una longitud de costa que se extiende a lo largo de 733 km.

Hong Kong es una Región Administrativa Especial (SAR) que existe como parte de la República Popular China desde 1997. Bajo la doctrina “Un país, dos sistemas” el sistema socialista chino no se aplica en Hong Kong. Por lo tanto, mantiene un alto grado de autonomía política y económica. En lo que respecta a política exterior y defensa, China ha mantenido su influencia. El sistema económico (capitalista) y político (democrático) de Hong Kong se mantendrá hasta el año 2047.



Con una tasa de crecimiento anual de casi 0.29%, se estima que la población aumentó a 7.2 millones de habitantes en el año 2018 convirtiéndose en uno de los territorios con mayor densidad poblacional del mundo (6,477 habitantes por km²). Del total de población, el 12.4% se encuentra en el rango de 0 y 14 años, el 9.9% se ubicó entre 15 y 24 años, el 60.6% se ubicó entre 25 y 64 años y el restante 17.4% en el rango de 65 años a más. Prácticamente no existe población rural, pero si una creciente población extranjera. India, Indonesia y Filipinas son los principales países de donde proviene dicha inmigración.

La edad mediana es de 44.8 años y la esperanza de vida es de 83.1 años. Con respecto a la religión, el 27.9% de la población cree en el Budismo o Taoísmo, el 6.7% es protestante, el 5.3% es católico romano y el 4.2 es musulmán. El 55.9% cree en otra o ninguna religión. Cabe resaltar que un alto porcentaje de habitantes practican el confucianismo².

El mandarín es el idioma oficial en China, Taiwán y Singapur mientras que el cantonés se habla en Hong Kong, Macao y la provincia de Cantón. El inglés también es considerado idioma oficial. En los negocios se utilizan tanto el cantonés como el inglés. Otros dialectos chinos también forman parte de los idiomas oficiales.

² Conjunto de creencias y prácticas religiosas establecidas por Confucio en China en el siglo VI

3. Situación económica y de coyuntura³

Hong Kong es el centro económico financiero de China. Según el Heritage's Index of Economic Freedom⁴ Hong Kong figura como la economía con mayor libertad en el mundo y se ha posicionado como el mejor lugar para hacer negocios en Asia. Como resultado, más de 1,300 empresas de todo el mundo tienen su centro de operaciones en Hong Kong. Con una población de 7.34 millones, esta ciudad destaca por ser una economía de servicios (92,2% del PIB). La intervención del sector público en el mercado es muy limitada.

Su economía se caracteriza por un sistema tributario con bajos niveles de carga y un mercado financiero internacional establecido. Debido a su importancia geográfica, Hong Kong basa su economía principalmente en servicios. Es un hub en servicios financieros, tecnología de información y servicios de salud.

3.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas⁵

Cuadro N° 1
Principales Indicadores Macroeconómicos en Hong Kong

Indicadores	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
PBI (variación %)	2.39	2.18	3.84	3.02	2.73	3.00
PBI Percápita (US\$)	42,322	43,496	46,091	48,517	50,542	52,738
Desempleo (variación %)	3.31	3.39	3.12	2.81	2.81	2.81
Inflación (variación %)	3.00	2.41	1.48	2.41	2.40	2.50

Fuente: FMI / Proyectado (*)

Elaboración: PROMPERÚ

a. Producto Bruto Interno Total

Desde la crisis financiera de 2008, el PBI real aumentó aproximadamente en 25%. El consumo, la inversión y las exportaciones contribuyen como un todo al crecimiento del PBI. A pesar de la disminución del respaldo económico de China y el crecimiento por debajo de la media que se registró durante el 2015 y 2016, Hong Kong obtuvo un incremento real del PBI de 3.84% y 3.02% durante los años 2017 y 2018 respectivamente.

Las estimaciones para 2019 son de 2.73% y se estima que para el año 2020 crecerá 3% (IMF). Se prevé un enfriamiento de la economía china como consecuencia de la guerra comercial entre China y Estados Unidos, un menor nivel de inversión extranjera directa y condiciones de crédito más limitadas.

³ www.santandertrade.com

⁴ Según Milton Friedman, Hong Kong es quizás el mejor ejemplo de una economía de libre mercado en el mundo.

⁵ Passport Country Report July 2019

b. Nivel de empleo

La inmigración no calificada se incrementó durante la última década. Aproximadamente medio millón de inmigrantes se han recolocado en el mercado laboral y generan ingresos que equivalen a la tercera parte del ingreso promedio en Hong Kong.

Como consecuencia, la población se incrementó en 8%, los niveles de pobreza se elevaron y Hong Kong se convirtió en una de las ciudades desarrolladas con mayor desigualdad en el mundo. A pesar de lo anterior, el desempleo registró su nivel más bajo de los últimos 20 años con 2.81% y se prevé que continúe hasta el año 2020.

c. Inflación

Los principales drivers de crecimiento en Hong Kong son el consumo y las exportaciones. Como resultado de su evolución, el año 2018 cerró en 2.41% de inflación. Sin embargo, como consecuencia de un incremento del sueldo mínimo, se espera un incremento de la inflación a 2.4% en 2019 y 2.5% al 2020.

d. Tipo de cambio

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

1.00 USD	=	7.84424 HKD
Dólar Estadounidense		Dólar de Hong Kong
1.00 USD = 7.84339 HKD	<-->	1.00 HKD = 0.127496 USD
1.00 PEN	=	2.32179 HKD
Sol Peruano		Dólar de Hong Kong
1.00 PEN = 2.32179 HKD	<-->	1.00 HKD = 0.430703 PEN

Fuente: XE.com

Elaboración: PROMPERÚ

3.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos

La cuenta de servicios en Hong Kong representa el 81.4% del PBI lo que la convierte en la mayor economía en el mundo orientada a servicios. La ciudad se ha posicionado como un centro bancario y financiero importante con cerca de 200 instituciones autorizadas y más de 50 oficinas representativas provenientes de todo el mundo.

El sector manufacturas aporta solo el 0.9% del PBI y emplea al 2.6% de la fuerza laboral. Hong Kong también es un hub en telecomunicaciones para la región Asia-Pacífico. La construcción del puente que conecta China-Zhuhai- Macao, redujo significativamente los costos y el tiempo de flujo de bienes entre Hong Kong y China Continental.

El sector turismo en Hong Kong emplea más de 250,000 personas y juega un rol importante dentro de la economía asiática. Durante el 2017 el número de visitantes fue de aproximadamente 58.5 millones de los cuales el 70% provino de China. El valor real de ingresos por viajes turísticos y de negocios se incrementó en 6.4% durante el 2018.

Sin embargo, se espera que el sector turismo disminuya durante el 2019 debido al inicio de un ciclo de recesión en China como consecuencia de la guerra comercial con Estados Unidos y la devaluación del RMB en relación con el HKD. Se buscaría fomentar la demanda interna con una disminución de la tasa de interés.

3.3. Nivel de Competitividad

El informe Doing Business, elaborado por el Banco Mundial, analiza 10 variables con el objetivo de medir la facilidad para hacer negocios en un país. Se evalúa como la legislación incentiva la creación de empresas y el desarrollo de las mismas.

Según las conclusiones del informe de clasificación global de los datos de Doing Business, las diez economías con mayor puntaje fueron: Nueva Zelanda (86.8), Singapur (86.2), Hong Kong (85.3), Dinamarca (85.3), República de Corea (84), Estados Unidos (84), Georgia (83.7), Reino Unido (83.5), Noruega (82.6) y Suecia (82).

Una normativa sólida y transparente, la aplicación de sistemas electrónicos en la declaración de impuestos, una eficiente transferencia de propiedades y una adecuada concesión de permisos de construcción son características comunes entre las principales economías del ranking⁶. Otra conclusión del reporte muestra que, en los países en desarrollo, el costo de apertura de un negocio ha decrecido desde que el ranking inicio sus publicaciones.

En la región Asia Oriental y Pacífico, el ritmo de las reformas ha disminuido a pasar que es “relativamente fácil” hacer negocios. Pese a ello, cinco economías de la región se encuentran en el top 25 del mundo. Singapur (2), Hong Kong (3), Malasia (12), Taiwán (15) y Tailandia (21) son las principales. Caso contrario se observa en América Latina ya que, salvo Guatemala⁷, ninguna economía mostró mejoras y tampoco se ubicaron en el top 50 del ranking. Chile y México se encuentran en el puesto 59 y 60 respectivamente.

⁶ Doing Business 2020 - Economy Profile Hong Kong SAR, China

⁷ Mejoró su posición del puesto 98 al 96.

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business 2020, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, para países comparables.

Cuadro N° 2
Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2020

Criterios	Hong Kong	Perú	Singapur	Corea del Sur	Taiwán	Colombia	Chile
Facilidad de hacer negocios	3	76	2	5	15	67	59
Apertura de un negocio	5	133	4	33	21	95	57
Manejo de permisos de construcción	1	65	5	12	6	89	41
Obtención de electricidad	3	88	19	2	9	82	39
Registro de propiedades	51	55	21	40	20	62	63
Obtención de crédito	37	37	37	67	104	11	94
Protección al inversor	7	45	3	25	21	13	51
Pago de impuestos	2	121	7	21	39	148	86
Comercio transfronterizo	29	102	47	36	61	133	73
Cumplimiento de contratos	31	83	1	2	11	177	54
Resolución de Insolvencia	45	90	27	11	23	32	53

Fuente: Doing Business 2020. Banco Mundial

4. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1. Intercambio Comercial de Hong Kong con el Mundo

Hong Kong ocupa el sexto lugar en el ranking de exportadores de mercancías a nivel mundial. La mayoría son reexportaciones desde China Continental. Las exportaciones se incrementaron en 6.8% y se proyecta un crecimiento de 2.5% para el 2019.

La guerra comercial entre China y los Estados Unidos ha tenido un impacto negativo en el flujo de mercancías en los principales puertos de China. Hong Kong, siendo su mayor socio comercial, ha diversificado los destinos de exportación dentro de Asia para minimizar el riesgo de mercado. Sin embargo, desde que el gobierno chino decidió promover los servicios en los puertos peninsulares de Shanghai, Shenzhen y Ningbo-Zhoushan, el puerto de Hong Kong dejó de ser el más importante del mundo. A pesar de la disminución de la demanda de transbordos, Hong Kong se mantiene en el ranking de los 5 puertos con mayor tráfico del mundo⁸.

⁸ www.icontainers.com

Cuadro N° 3
Intercambio Comercial de bienes Hong Kong – Mundo
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de Hong Kong							
Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var % 2018/2017	Var% Prom. 2018/2014
Exportaciones	524,065	510,553	516,588	549,861	569,106	3.5	2.1
Importaciones	600,613	559,306	547,124	589,317	627,327	6.4	1.1
Balanza Comercial	-76,548	-48,753	-30,536	-39,456	-58,221	-----	-----
Intercambio Comercial	1,124,678	1,069,858	1,063,713	1,139,179	1,196,433	5.0	1.6

Fuente: Trade Map - Elaboración: PROMPERÚ

4.2. Intercambio Comercial de Hong Kong con el Perú

De acuerdo al Cuadro N° 4, la balanza comercial de Perú con Hong Kong ha sido positiva durante los últimos 5 años. Se observa un crecimiento de 2.9% con respecto al año anterior.

Cuadro N° 4
Intercambio Comercial Perú - Hong Kong
(Cifras en millones de US\$)

Información Comercial de Hong Kong							
Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018	Var % 2018/2017	Var% Prom. 2018/2014
Exportaciones	158	136	129	151	178	17.7	2.9
Importaciones	16	15	16	15	37	147.8	24.0
Balanza Comercial	143	122	113	136	141	-----	-----
Intercambio Comercial	174	151	144	166	214	29.4	5.4

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Hong Kong prácticamente ha reemplazado su sector manufacturero por el sector de servicios. Dentro de este sector existe potencial de crecimiento en servicios de educación, servicios médicos, innovación y tecnología.

Según el cuadro No 5, las exportaciones por sectores muestran un aumento de las exportaciones no tradicionales en 21.26%. Este aumento es consecuencia de principalmente mayores colocaciones de productos del sector agro (US\$ 117 millones / +28.55%).

Con respecto al sector textil (US\$ 9 millones / +1.1%), pesquero (US\$ 9 millones / -4.9%), químico (US\$ 1 millones / -26.6%) y metalúrgico (US\$ 7 millones / +2.5%), se registraron variaciones con diferente tendencia, pero poco significativas.

Por otra parte, las exportaciones tradicionales han tenido poca variación con un crecimiento de 3.98 % debido a que se registraron mayores envíos de plomo (US\$ 23 millones / 132.7 %) pero menores de cobre (US\$ 2 millones / 88.8%).

Cuadro N° 5

Exportaciones por Sectores Económicos (Cifras en millones de US\$)			
Sector	2017	2018	Var. % 18/17
Total Tradicional	31	32	3.98
Mineros	28	28	0.57
Cobre	18	2	-88.80
Hierro	0	0	-----
Plata	0	0	-----
Plomo	10	23	132.72
Zinc	0	3	-----
Oro	0	0	-----
Estaño	0	0	-----
Resto	0	0	-100.00
Pesquero	2	1	-68.07
Harina de pescado	2	1	-68.07
Aceite de pescado	0	0	-----
Petróleo y Gas Natural	0	2	-----
Petróleo en crudo	0	0	-----
Petróleo derivados	0	2	-----
Gas natural	0	0	-----
Agrícolas	0	1	190.70
Algodón	0	0	-----
Azúcar	0	0	-----
Café	0	0	-54.05
Agro resto	0	1	-----
Total No Tradicional	120	145	21.26
Agropecuario	91	117	28.55
Textil	9	9	1.10
Pesquero	9	9	-4.94
Químico	1	1	-26.55
Metal-mecánico	7	7	2.50
Sídero-metalúrgico	2	1	-28.03
Minería no metálica	0	0	20.00
Artesanías	0	0	-----
Maderas y papeles	0	0	250.00
Pieles y cueros	0	0	-37.14
Varios (incluido joyería)	1	1	55.22
Total	151	178	17.72

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

Como se observa en el cuadro No 6, destacan productos no tradicionales de los sectores agro y pesca hacia Hong Kong. Las uvas frescas y las paltas frescas registraron crecimientos de 38.9% y 132.5% respectivamente.

Con excepción de los arándanos rojos las variaciones de las exportaciones de los demás productos también reflejan niveles poco significativos y en ambas direcciones. Además, dentro de la sexta posición (demás frutos frescos) se destaca un crecimiento importante de 51.5% con respecto al año anterior.

Cuadro N°6

Hong Kong: Principales productos no tradicionales (Cifras en millones de US\$)					
Nro.	Partida	Descripción	2017	2018	Var %
1	0806100000	Uvas Frescas	60	84	38.9
2	0804400000	Paltas Frescas	5	12	132.5
3	0810400000	Arándanos Rojos	14	12	-16.7
4	0305710000	Aletas De Tiburón	7	7	6.0
5	0802900000	Los Demás Frutos De Cáscara, Frescos O Secos	5	3	-49.8
6	0810909000	Los Demás Frutas U Otros Frutos Frescos	2	2	51.5
7	8517700000	Partes De Teléfonos	3	2	-31.3
8	6109100039	Los Demás T-Shirts De Algodón	2	2	1.7
9	6109100031	T-Shirt De Algodón, teñido tejido de un solo color	2	2	6.2
10	8517622000	Aparatos De Telecomunicación Por Corriente	1	1	2.6
		Otros	18	17	-2.8
		Total	120	145	21.3

Fuente: SUNAT - Elaboración: PROMPERÚ

5. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias

Por ser un puerto franco, solo existen impuestos especiales para el 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 este país le aplica a nuestro país y al mundo. También se muestran los competidores para cada producto.

Cuadro N° 7

Hong Kong: Preferencias arancelarias para principales productos no tradicionales						
Ranking	Partida	Descripción	Posición Perú como proveedor	Principales competidores (% Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria
1	0806100000	Uvas Frescas	3	Chile (39.5 %) Australia (19.7 %) Estados Unidos (11.1 %)	0.0%	0.0%
2	0804400000	Paltas frescas	3	Chile (36.3 %) México (24.4 %) Estados Unidos (9.8 %)	0.0%	0.0%
3	0810400000	Arándanos Rojos	2	Chile (51.1 %) China (11.7 %) Estados Unidos (8.5 %)	0.0%	0.0%
4	0305710000	Aletas De Tiburón	2	Indonesia (18.5 %) México (7.5 %) Taipei (6.6 %)	0.0%	0.0%
5	0802900000	Los Demás Frutos De Cáscara, Frescos O Secos	4	Estado Unidos (86.1 %) Sudáfrica (6.8 %) China (1.9 %)	0.0%	0.0%
6	0810909000	Los Demás Frutas U Otros Frutos Frescos	7	Tailandia (45.9 %) Viet Nam (10.5 %) Ecuador (10.3 %)	0.0%	0.0%
7	8517700000	Partes De Teléfonos	37	China (77.1 %) Japón (3.8 %) Taipei (3.0 %)	0.0%	0.0%
8	6109100039	Los Demás T-Shirts De Algodón	18	China (47.7 %) Italia (19.7 %) Japón (4.1 %)	0.0%	0.0%
9	6109100031	T-Shirt De Algodón, teñido tejido de un solo color	18	China (47.7 %) Italia (19.7 %) Japón (4.1 %)	0.0%	0.0%
10	8517622000	Aparatos De Telecomunicación Por Corriente	0	China (70.5 %) Estados Unidos (8.4 %) Tailandia (4.7 %)	0.0%	0.0%

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

5.2. Medidas No Arancelarias⁹

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

6. Oportunidades Comerciales¹⁰

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

La administración del gobierno de Hong Kong ha demostrado tener fuertes incentivos para la puesta en marcha de acuerdos de libre comercio, acuerdos de promoción y protección de la inversión y acuerdos fiscales con otras economías, para que Hong Kong mantenga su condición de núcleo del comercio internacional y de la inversión en la región. Es por ello que está en negociaciones para ser parte del Acuerdo de Libre Comercio Asiático-China. Actualmente mantiene acuerdos de libre comercio con Australia, Chile, Nueva Zelanda, la AELC y la ASEAN¹¹.

Dentro de este contexto, el TLC con China nos ha posicionado en determinados productos del sector agro y pesca como las uvas frescas y papa procesada. Las preferencias arancelarias al 94.5% de nuestras líneas implica una desgravación inmediata (0% de arancel) para potenciales productos de exportación no tradicional.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, en Hong Kong. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones (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

⁹ Santander Trade

¹⁰ www.acuerdoscomerciales.gob.pe

¹¹ www.investhk.gov.hk/en/home.html

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.

A continuación, se presenta una lista de potenciales productos peruanos, de los sectores agro, textil, pesca y manufacturas diversas, para la exportación hacia Hong Kong.

Cuadro N° 8

Hong Kong: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Agro					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
080610	Uvas frescas	Estrella	497	0%	Chile (39.5 %) Australia (19.7 %) Estados Unidos (11.1 %)
080510	Naranjas, frescas o secas	Estrella	368	0%	Estados Unidos (33.3 %) Sudáfrica (25.2 %) Australia (18.3 %)
180690	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao	Estrella	288	0%	Italia (18.5 %) Países Bajos (13.5 %) China (10.4 %)
220300	Cerveza de malta	Estrella	126	0%	Corea del Sur (29.3 %) China (28.9 %) Malasia (10.2 %)
200819	Pistachos, frutos de cáscara y demás semillas, preparados o conservados	Estrella	116	0%	Estados Unidos (44.0 %) China (23.6 %) Viet Nam (13.6 %)
081040	Arándanos rojos	Estrella	73	0%	Chile (51.1 %) China (11.7 %) Estados Unidos (8.5 %)
200899	Papayas, mangos y demás frutas preparadas o conservadas	Estrella	60	0%	China (37.2 %) Filipinas (16.6 %) Tailandia (12.5 %)
080440	Paltas frescas	Prometedor	58	0%	Chile (36.3 %) México (24.4 %) Estados Unidos (9.8 %)
080390	Plátanos frescos o secos	Estrella	54	0%	Filipinas (83.9 %) Ecuador (10.5 %) Tailandia (2.7 %)
200599	Alcachofas, pimiento piquillo y demás vegetales preparados o conservados sin vinagre, sin congelar (exc. Conservados)	Prometedor	44	0%	China (70.7 %) Japón (5.5 %) Reino Unido (5.2 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

El incremento de los aranceles por parte del país asiático incluyó a los productos del sector agro. En consecuencia, Estados Unidos está acumulando stocks que afectan el precio internacional de la fruta. El contexto actual indica que la uva de mesa se ha “comoditizado”¹² debido al aumento de la producción mundial de uvas de mesa y a la creciente demanda estándar de la uva.

¹² Diario El Mercurio, sección Campo, “Guerra comercial entre EE.UU. y China complica partida de uva de mesa”, 25 de febrero 2019. Chile

China es el tercer importador mundial de uvas con aproximadamente 15% del mercado. A pesar de la creciente demanda, los precios decrecieron como resultado de la guerra comercial entre Estados Unidos y China (incluido Hong Kong).

Las mayores exigencias para el control de la mosca de la fruta por parte de la Unión Europea han creado incentivos para desarrollar tecnologías que permitan a los exportadores de mango atender mercados asiáticos en óptimas condiciones. Se espera que Perú se convierta en el principal proveedor global de arándanos para el 2021 mientras que la palta Hass, que hasta hace unos años atrás era solo para un nicho de mercado, dejó de ser considerado un producto exótico. Las importaciones Chinas, que se realizan durante todo el año, se complementan con las exportaciones de México, Chile y Perú ya que no compiten en estacionalidad¹³.

Cuadro N° 9

Hong Kong: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Pesca					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
030617	Camarones y langostinos congelados	Estrella	350	0.0%	China (48.8 %) Viet Nam (25.7 %) Myanmar (4.4 %)
030729	Vieiras	Estrella	147	0.0%	Japón (82.7 %) China (12.6 %) Taipei (3.6 %)
030571	Aletas de tiburón	Estrella	104	0.0%	Indonesia (18.5 %) México (7.5 %) Taipei (6.6 %)
160420	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	Estrella	99	0.0%	China (35.9 %) Japón (22.6 %) Tailandia (12.8 %)
030489	Filetes de pescado congelados	Estrella	64	0.0%	Viet Nam (40.3 %) China (27.0 %) Nueva Zelanda (11.9 %)
160554	Sepia y el calamar	Estrella	41	0.0%	China (67.3 %) Taipei (10.8 %) Japón (8.2 %)
160419	Preparaciones y conservas de pescado, enteros o en trozos	Estrella	27	0.0%	China (64.0 %) Japón (10.1 %) Singapur (5.8 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Aproximadamente el 20% de importaciones de productos marinos se destinan a la re-exportación. La gran demanda de alimentos ricos en proteínas, como consecuencia de un mayor poder adquisitivo, se traduce en una mayor ingesta de productos como camarones, conchas de abanico, calamar y pescados en diferentes presentaciones. El consumo de aleta de tiburón en caldo, costumbre antigua en China, es un símbolo de status y buena suerte en varios países del sudeste asiático. El costo mínimo de este plato ronda aproximadamente 200 euros.

¹³ MINAGRI: Situación del Mercado Internacional de la Palta

Cuadro N° 10

Hong Kong: Productos no tradicionales con potencial exportador Sector Textil					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
610910	T-shirts y camisetas, de punto, de algodón	Estrella	826	0%	China (47.7 %) Italia (19.7 %) Japón (4.1 %)
620342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón	Estrella	537	0%	China (71.7 %) Italia (8.0 %) Bangladesh (3.4 %)
610990	T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil (exc. de algodón)	Estrella	251	0%	China (61.5 %) Italia (8.8 %) Viet Nam (7.5 %)
610443	Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas	Estrella	160	0%	China (71.3 %) Japón (14.4 %) Estados Unidos (3.9 %)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres	Estrella	128	0%	Italia (40.9 %) China (29.6 %) Francia (15.3 %)
610442	Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)	Estrella	124	0%	China (59.3 %) Italia (8.6 %) Japón (7.6 %)
621420	Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas y velos	Estrella	94	0%	Francia (44.3 %) Italia (34.6 %) Suiza (9.7 %)
610342	Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto	Estrella	84	0%	China (52.1 %) Italia (15.8 %) Malasia (3.8 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

Entre enero y agosto de 2019, el 77% de las exportaciones del sector textil a Hong Kong fueron prendas de vestir. De estas, el 90% fueron prendas de algodón. Las camisetas y pantalones de algodón, vestidos de punto de fibras sintéticas y abrigos impermeables destacan como productos estrella en el sector textil. Cabe destacar que Perú compite con China e Italia en estas líneas de producto exportable.

La ropa para niños y deportiva representan las categorías con mayor crecimiento. A ello se suman tendencias en uso y consumo como slow fashion, mix and match y la moda circular. La necesidad de personalización de los millennials impulsa el uso combinado de prendas y artículos de lujo con marcas de moda de gama media. Productos reciclados, eco amigables y orgánicos también son tomados en cuenta por los consumidores más jóvenes.

Cuadro N° 11

Hong Kong: Productos no tradicionales con potencial exportador					
Sector Manufactura					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2018 (US\$ Millones)	Arancel Perú	Principales competidores (% Part.)
390210	Polipropileno, en formas primarias	Estrella	514	0%	Taipei (20.1 %) Corea del Sur (19.8 %) Arabia Saudita (13.8 %)
392062	Placas, láminas, hojas y tiras de poli"tereftalato de etileno"	Estrella	257	0%	Japón (37.5 %) China (18.0 %) Corea del Sur (14.3 %)
790120	Aleaciones de cinc, en bruto	Estrella	194	0%	Corea del Sur (59.4 %) Australia (25.3 %) Japón (13.1 %)
401110	Neumáticos "llantas neumáticas" nuevos de caucho	Estrella	190	0%	Alemania (12.6 %) Países Bajos (12.0 %) Japón (9.9 %)
740990	Chapas y tiras, de aleaciones de cobre, de espesor > 0,15 mm	Estrella	159	0%	China (34.8 %) Japón (34.2 %) Estados Unidos (16.7 %)
392310	Cajas, cajones, jaulas y artículos simil. para transporte o envasado, de plástico	Estrella	125	0%	China (78.2 %) Macao (4.9 %) Japón (4.0 %)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno	Estrella	110	0%	China (44.4 %) Corea del Sur (18.3 %) Japón (13.0 %)

Fuente: Market Access Map - Elaboración: PROMPERÚ

En el sector manufacturas diversas destacan los envíos de polipropileno, láminas de etileno, aleaciones de cinc en bruto, neumáticos y aleaciones de cobre como los principales productos estrella.

7. Tendencias del Consumidor

Según un estudio realizado por PWC, los consumidores prefieren realizar cada vez más sus compras online utilizando smartphones en lugar de PC's. En lo que va del año, las compras realizadas utilizando smartphones ya superaron a las compras realizadas por medio de dispositivos digitales alternativos. Es la primera vez, en 10 años de realizado el estudio, en que los móviles superan en uso a las PC's al momento de realizar una compra. La generación Z y los millenials lideran esta tendencia¹⁴.

¹⁴ PWC - Global Consumer Insights Survey 2019

Método de pago

Con el objetivo de digitalizar y modernizar la infraestructura bancaria, la Autoridad Monetaria de Hong Kong (HKMA) activó el Faster Payment System (FPS), una plataforma de pago minorista que es compatible con el dólar de Hong Kong y el Renminbi Chino. Esta tecnología permite utilizar el correo electrónico o móvil en reemplazo de una cuenta bancaria al momento de realizar la transferencia instantánea de fondos¹⁵. Sin embargo, expertos en la industria opinan que la principal barrera para la masificación de esta nueva tecnología radica en que el valor que los ciudadanos esperan de ella no compensa la pérdida de privacidad que supone el uso de la misma.

Los métodos tradicionales de pago como el efectivo, las tarjetas de crédito y el Octopus Card¹⁶ brindan comodidad y seguridad en las transacciones. La tasa de penetración de la billetera electrónica o e-wallet se mantiene baja a pesar de la entrada de nuevos actores en el mercado de pagos no tradicionales en Hong Kong¹⁷.

Hábitos de compra y tipo de 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. Valorán 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.

¹⁵ Hong Kong Monetary Authority

¹⁶ Es una tarjeta recargable de no contacto, aceptado todo Hong Kong, que se utiliza en pagos de transporte, alimentación, entretenimiento y compras diversas.

¹⁷ Apple Pay, Samsung Pay y Huawei Pay.

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 Undaunted Strivers¹⁸. 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.

8. Cultura de Negocios¹⁹

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.

¹⁸ “Luchadores imperturbables”

¹⁹ www.iberchina.org

9. Links de Interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
Hong Kong Monetary Authority	https://www.hkma.gov.hk/eng
Customs and Excise Department	https://www.customs.gov.hk/en/home/index.html
Invest in Hong Kong	https://www.investhk.gov.hk/
Hong Kong Trade Development Council	https://aboutus.hktdc.com/
Commerce and Economic Development Bureau	https://www.cedb.gov.hk/about/index.htm
Commerce, Industry & Technology Bureau	www.citb.gov.hk
Economic Development and Labour Bureau	www.edlb.gov.hk
Hong Kong Economy	https://www.hkeconomy.gov.hk/en/home/index.htm
Financial Services and the Treasury Bureau	www.fstb.gov.hk

10. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

Evento	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
HOFEX	Agro	Hong Kong	Del 18 al 21 de mayo de 2021	https://hofex.com/
ASIA FRUIT LOGISTICA	Agro	Hong Kong	Del 04 al 06 septiembre de 2019	https://www.asiafruitlogistica.com/
NATURAL AND ORGANIC ASIA	Agro	Hong Kong	Del 01 al 03 septiembre de 2020	https://naturalproducts.com.hk/event/
FOOD EXPO	Agro	Hong Kong	Del 13 al 17 agosto de 2020	https://event.hktdc.com/fair/hkfoodexpo-en/HKTDC-Food-Expo/
GOURMET ASIA	Agro - Pesca	Hong Kong	Del 01 al 03 septiembre de 2020	https://www.rbhk-ga.com/
SEAFOOD EXPO ASIA	Pesca	Hong Kong	Del 01 al 03 septiembre de 2021	https://www.seafoodexpo.com/asia/
HONG KONG INTERNATIONAL WINE AND SPIRITS FAIR	Agro	Hong Kong	Del 07 al 09 noviembre de 2019	https://event.hktdc.com/fair/hkwinefair-en/HKTDC-Hong-Kong-International-Wine-and-Spirits-Fair/
HONG KONG FASHION WEEK	Textil	Hong Kong	Del 13 al 16 enero de 2020	https://event.hktdc.com/fair/hkfashionweek-en/HKTDC-Hong-Kong-Fashion-Week/
HONG KONG INTERNATIONAL HOME TEXTILES	Textil	Hong Kong	Del 20 al 23 abril de 2020	https://10times.com/hongkong-home-textilesfair
CENTERSTAGE	Textil	Hong Kong	Del 02 al 05 septiembre de 2020	https://centrestage.com.hk/en/index.php

Fuente: www.auma.de - Elaboración: PROMPERÚ

11. Bibliografía

Trademap

www.trademap.org

Euromonitor International

www.euromonitor.com

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú

www.sunat.gob.pe

CIA, The World Factbook

www.cia.gov

Fondo Monetario Internacional (FMI)

www.imf.org

Global Trade

<http://www.gtis.com/GTA/>

Market Access Map

www.macmap.org

Doing Business

www.doingbusiness.org

Acuerdos Comerciales del Perú

www.acuerdoscomerciales.gob.pe