

Oficina Económica y Comercial del
Consulado General de España en Hong Kong

Notas Sectoriales

El mercado del jamón en Hong Kong

El mercado del jamón en Hong Kong

Esta nota ha sido elaborada por Luis Miguel Castro López bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Hong Kong

Marzo 2013

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	7
1. Tamaño del mercado	7
2. Producción local	8
3. Importaciones	9
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	13
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	15
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	17
VI. DISTRIBUCIÓN	19
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	22
VIII. ANEXOS	25
1. Ferias	25
2. Publicaciones del sector	26
3. Asociaciones	27
4. Otras direcciones de interés	27

CONCLUSIONES

Hong Kong, a pesar de ser un mercado de reducidas dimensiones, cuenta con una de las rentas per capita más altas del mundo, lo que supone un gran potencial para los productos gourmet. En general los consumidores de estos productos, hongkoneses o extranjeros, son muy exigentes y están acostumbrados a demandar calidad. Además, por su elevada renta, acostumbran a viajar con frecuencia y no tienen miedo a entrar en contacto con otras culturas gastronómicas, lo que hace que a su vuelta en casa, demanden nuevos productos.

La demanda de productos gourmet es muy cambiante y varía en función de las modas y tendencias. Así, por ejemplo, cada vez es más popular el consumo de jamón ibérico. Está llegando a Hong Kong el auge de las tapas y el reconocimiento internacional de los chefs españoles, así que se ha visto un incremento en el conocimiento de los productos nacionales.

Aún así, el mercado se encuentra saturado por productos gourmet de diferentes países que llevan muchos años promocionándose en Asia. A pesar de su reciente aumento escasean los establecimientos de restauración dedicados a cocina española comparados con los de otra cocina europea (40 restaurantes de cocina española frente a los 400 de cocina italiana).

El jamón serrano es el principal y más prestigioso producto cárnico exportado por España a Hong Kong, presentado ya en lonchas y envasado o en patas con hueso o deshuesadas.

La mayor parte de los productos importados de esta categoría provienen de China continental pero aunque se encuentren incluidos en la misma categoría, se trata de productos muy diferentes. Sin embargo, de la cantidad restante, y entrando en competencia con otros productos más similares, el jamón serrano e ibérico se encuentra en una buena situación, siendo el cuarto país por volumen de importación.

El jamón español se encuentra en segunda posición en el ranking de importaciones de jamón de Hong Kong después del gran incremento que se produjo en el año 2012 donde las importaciones desde España se multiplicaron por cuatro.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Al hablar de jamón español hay que diferenciar entre dos tipos: el jamón serrano y el jamón ibérico. El jamón ibérico es el de mayor calidad existente. En los últimos años se habla mucho de él, a pie de calle el consumidor empieza a conocerlo y a demandarlo gracias en parte a la promoción realizada por agentes públicos y privados españoles. Se ha invitado a cocineros a conocerlo, se organizan eventos (como un concurso de corte de jamón durante HOFEX), etc.

El jamón ibérico puede ser encontrado en tiendas especializadas de alta gama. Es muy vendido también en piezas enteras a restaurantes y hoteles. Es un producto que gusta mucho y sobre el cual se pueden sacar grandes rentabilidades ya que la fama que está adquiriendo le está dando una categoría de producto de lujo. El jamón ibérico por tanto es un producto exclusivo, con su nicho de mercado propio que poco a poco va aumentando.

ICEEX

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El objeto de la presente nota sectorial es el mercado del jamón en Hong Kong. En Hong Kong no existe crianza de cerdos por lo que son las importaciones las que cubren la demanda totalmente. Dado el carácter reexportador del que goza este territorio y la nula relevancia de la producción local, se ha estudiado tanto las importaciones que son realizadas por Hong Kong como las reexportaciones, calculando el consumo local como la resta entre ambas partidas.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Los productos analizados en este estudio corresponden a la partida arancelaria 160241 pertenecientes al capítulo 16 del Sistema Armonizado.

16.02.41 Jamones y trozos de jamón.

Las cifras estadísticas se ofrecen en dólares USA, habiéndose usado un tipo de cambio de 7,8 HKD/USD. Considerando que hay una paridad fija entre ambas monedas sobre la que existen mínimas oscilaciones, los datos de un año y otro son completamente comparables.

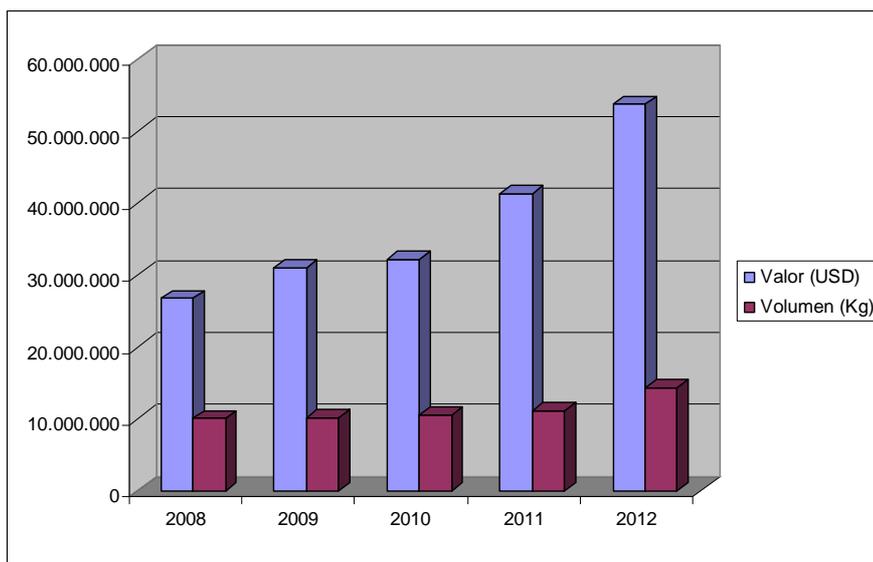
II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

La región administrativa especial de Hong Kong situada en el extremo sur de China Continental, está formada por tres regiones principales: Isla de Hong Kong, Kowloon y los Nuevos Territorios. De estos la Isla y Kowloon son las dos zonas más pobladas.

Hong Kong cuenta con una población total de 7.136.300 habitantes (según datos de 2013) repartidos entre sus 1.102 km² de territorio.

El consumo total aparente de jamón se obtiene restando a las importaciones totales las re-exportaciones ya que no existe producción local de jamón en Hong Kong. En la siguiente tabla se puede observar la evolución de las importaciones de jamón en Hong Kong durante los últimos cinco años.



Fuente: Experian

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Como se puede observar en el gráfico anterior la importación de jamones a Hong Kong ha aumentado en los últimos cinco años considerablemente, tanto en valor como en volumen. En el periodo estudiado de cinco años las importaciones de jamón a Hong Kong han crecido aproximadamente un 100 % en valor. Mientras que en el año 2012 las importaciones han aumentado aproximadamente un 30 % tanto en valor como en volumen.

Consumo aparente en valor (USD)

	Valor (USD)	2008	2009	2010	2011	2012
Jamón y trozos de jamón HS 160241	Importaciones	26.734.591	30.918.318	32.113.494	41.378.994	53.747.424
	Reexportaciones	2.290.706	2.046.879	2.526.555	6.513.814	3.699.186
	Consumo aparente *	24.443.885	28.871.439	29.586.939	34.865.180	50.048.238

Fuente : Experian

El consumo aparente medido en valor ha aumentado año tras año en los últimos 5 años, se puede observar como esta cifra se ha duplicado desde el año 2008. El mayor crecimiento se ha producido en el último año habiéndose aumentado el consumo aparente en un 43 % aproximadamente en el año 2012 con respecto a 2011.

Consumo aparente en Cantidad (Kg)

	Volumen (Kg)	2008	2009	2010	2011	2012
Jamón y trozos de jamón HS 160241	Importaciones	10.000.277	10.049.346	10.556.909	11.139.169	14.258.591
	Reexportaciones	607.127	530.026	574.355	2.790.038	1.193.914
	Consumo aparente *	9.393.150	9.519.320	9.982.554	8.349.131	13.064.677

Fuente : Experian

Con respecto al consumo aparente medido en volumen la tendencia también ha sido de crecimiento en los últimos 5 años. Sin embargo en el año 2011 se produjo una disminución en esta cifra debido al gran incremento que se produjo en las reexportaciones. En el año 2012 se ha producido un incremento de un 56 % aproximadamente.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

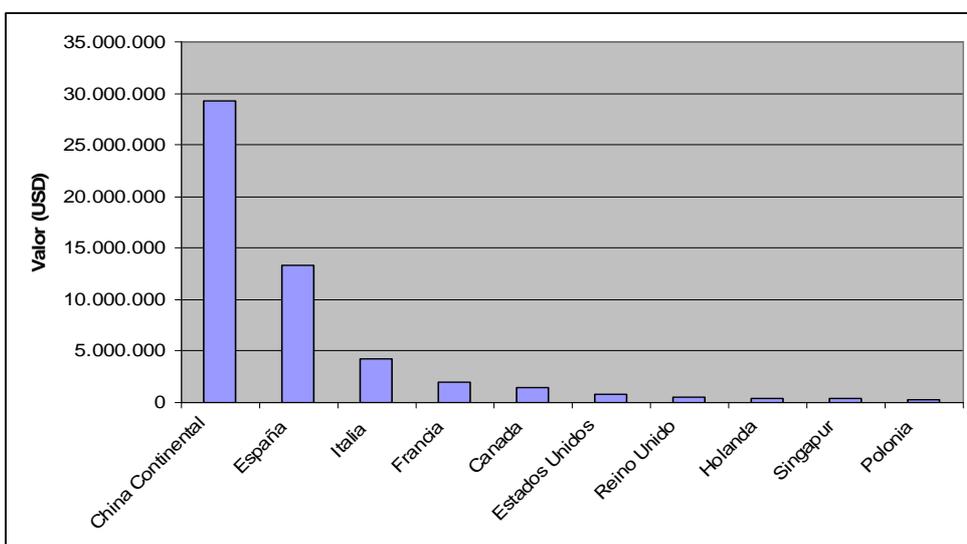
La producción local de jamón en Hong Kong es inexistente, depende totalmente de las importaciones y es que en general debido a sus limitados recursos agrícolas, Hong Kong debe importar la mayor parte de los alimentos consumidos.

Además la cría de cerdos en Hong Kong es prácticamente nula por lo que todo el consumo proviene de las importaciones.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

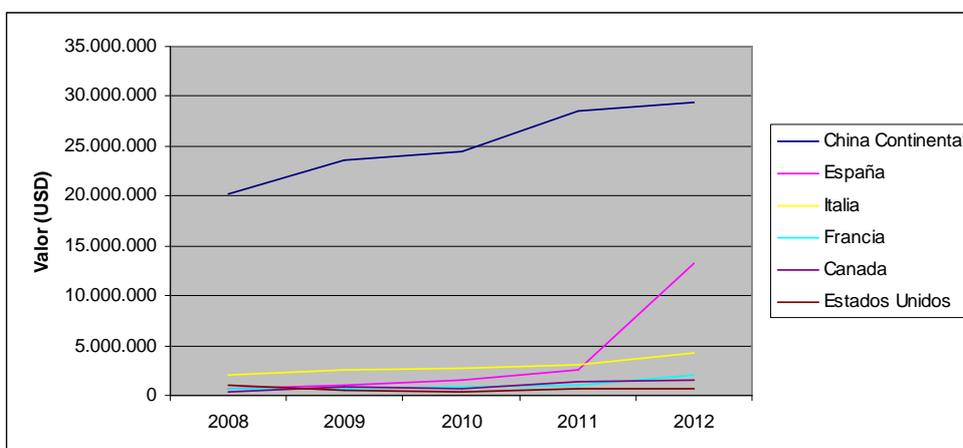
3. IMPORTACIONES

Las importaciones de jamón a Hong Kong provienen principalmente de China Continental como se puede observar en el siguiente gráfico. España ocupa la segunda posición en el ranking de países exportadores de este producto en 2012 después del enorme incremento que tuvieron las exportaciones españolas en este año. Otros países como Italia, Francia, Canadá, Estados Unidos, Holanda, Singapur o Polonia completan el ranking de los diez primeros exportadores de jamón a Hong Kong en el último año.



Fuente : Experian

En cuanto a la evolución de los principales exportadores de jamón a Hong Kong se puede observar que China ha mantenido su posición de liderazgo durante los últimos años, incrementando sus exportaciones cada año. Italia se mantuvo como segundo en el ranking hasta el año 2011 donde se vio superada ampliamente por las exportaciones desde España. Otros países como Francia, Canadá y Estados Unidos han mantenido casi constantes sus exportaciones a Hong Kong con pequeños incrementos anuales.



Fuente : Experian

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Importaciones de jamón en volumen (kg)

	2008	2009	2010	2011	2012	Var 08-12
China Continental	9.048.199	9.307.915	9.826.391	9.782.232	8.552.688	-5,48%
España	30.825	83.484	145.592	126.303	4.614.335	14869,46%
Italia	181.788	249.153	253.717	234.346	318.854	75,40%
Francia	58.542	222.643	69.668	53.644	222.643	280,31%
Estados Unidos	281.854	59.581	51.888	126.037	120.765	-57,15%
Canada	73.983	104.846	57.139	96.543	105.291	42,32%
Polonia	0	0	0	378.871	57.240	-
Holanda	2.201	5.049	1.027	5.885	49.667	2156,57%
Reino Unido	26.230	13.986	19.264	7.687	40.042	52,66%
Singapur	0	457	12.990	18.528	28.709	-

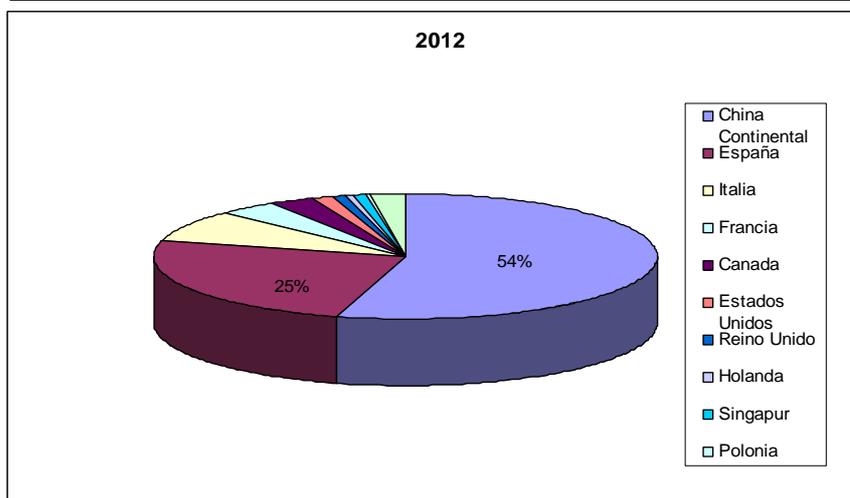
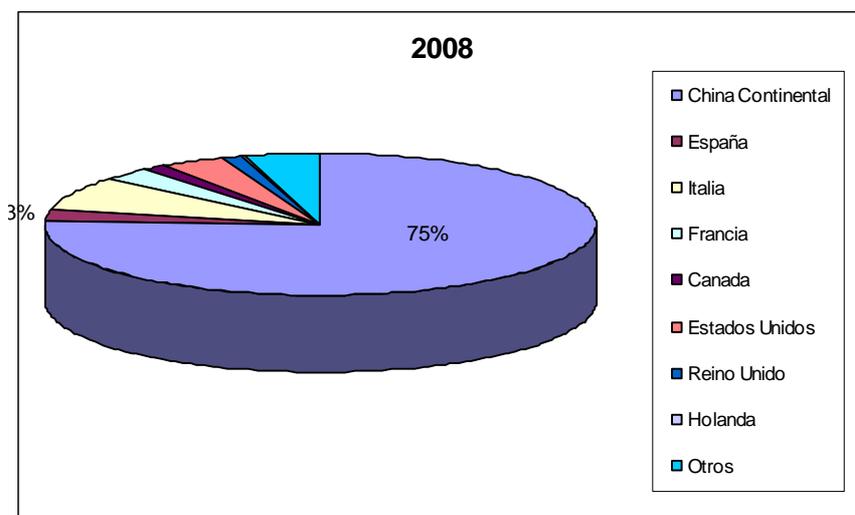
Fuente : Experian

Importaciones de jamón en valor (USD)

	2008	2009	2010	2011	2012	Var 08-12
China Continental	20.171.750	23.555.115	24.498.116	28.490.123	29.312.758	45,32%
España	758.552	1.011.012	1.502.703	2.470.123	13.287.035	1651,63%
Italia	2.073.467	2.603.891	2.662.891	3.049.582	4.310.585	107,89%
Francia	756.200	749.843	824.869	1.062.422	2.033.871	168,96%
Canadá	382.679	889.291	745.934	1.280.958	1.446.563	278,01%
Estados Unidos	1.001.154	577.152	417.297	639.109	761.828	-23,91%
Reino Unido	353.081	244.613	247.197	132.110	508.257	43,95%
Holanda	32.333	86.397	4.541	81.733	345.389	968,22%
Singapur	0	6.227	150.269	258.883	336.962	-
Polonia	0	0	0	1.785.831	225.717	-

Fuente : Experian

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

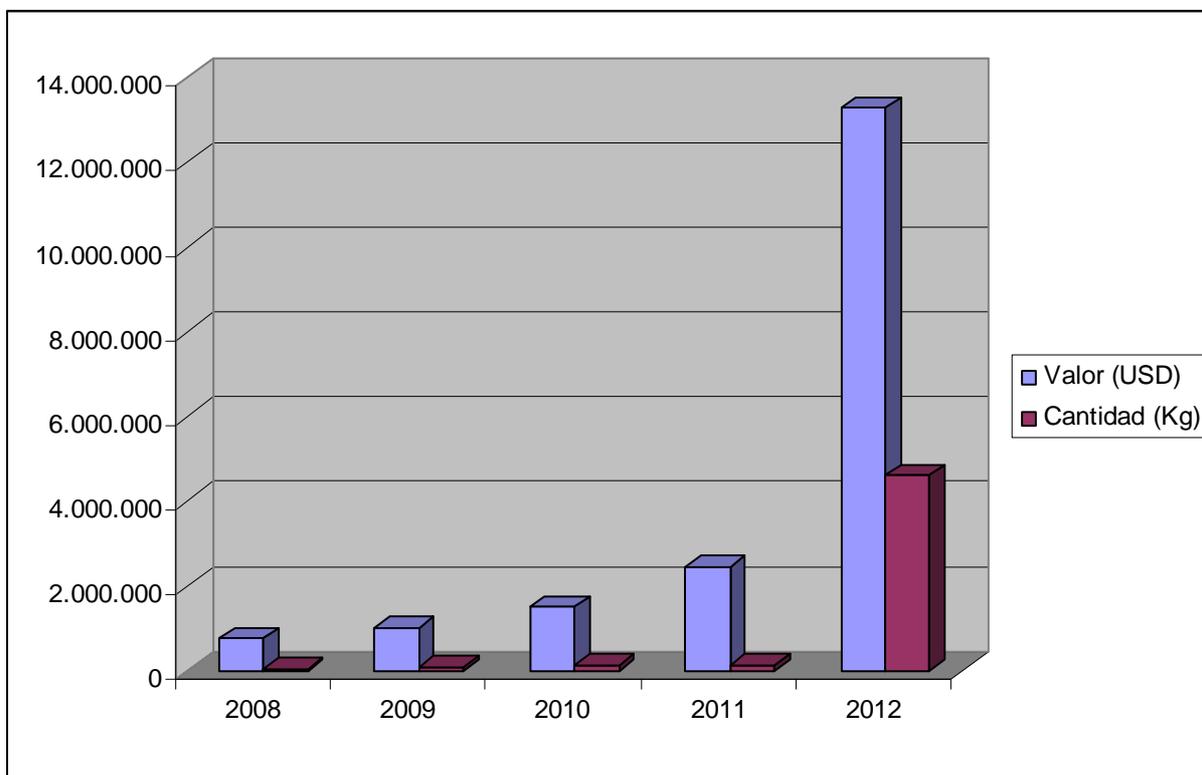


Fuente : Experian

En la comparación de la distribución de cuotas de mercado por países de los años 2008 y 2012 se pueden observar algunas diferencias. Es de destacar como la importancia en las importaciones desde China Continental ha disminuido considerablemente y en los últimos cinco años ha pasado de tener una cuota de mercado del 75 % en el año 2008 a tener un 54 % en 2012. España por su parte ha visto aumentada su participación en el mercado considerablemente aumentando de un 3 % de la cuota de mercado que tenía en 2008 a un 25 % en 2012. El resto de países han mantenido una participación similar durante este periodo de tiempo.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Evolución de las exportaciones españolas a Hong Kong



Fuente: Experian

Como se puede observar en la gráfica anterior las exportaciones españolas a Hong Kong de jamón ha mantenido una senda de crecimiento en los últimos cinco años. Es de destacar el gran incremento que se produjo en el año 2012 donde las exportaciones crecieron aproximadamente un 400 %.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La comida tiene una especial importancia en la cultura hongkonesa. Es uno de los pasatiempos preferidos para la mayoría de la gente. Además la región se considera un paraíso culinario en Asia, ya que en ella se puede encontrar una gran selección de comidas de diferentes orígenes. El desayuno tradicional a base de fideos o congee (sopa de arroz), esta cambiando últimamente debido a la introducción de comida extranjera. Cada vez son más populares los alimentos occidentales, especialmente el pan y la bollería. Normalmente se almuerza fuera de casa, ya que la mayoría de la gente está trabajando o estudiando. El consumidor tiene un gran número de opciones en Hong Kong: desde la tradicional comida local, hasta la italiana, pasando por vietnamita, japonesa o americana.

El ajetreado ritmo de vida de Hong Kong y el reducidísimo tamaño de los hogares ha forzado a mucha gente a comer fuera o a pedir comida a domicilio. Esto es común sobretodo entre parejas jóvenes, donde ambos trabajan, por lo que no tienen tiempo de preparar la cena.

En los últimos años la preocupación por una vida saludable ha cobrado mayor importancia. Esto incluye la alimentación saludable. Cada vez, más gente empieza a prestar más atención a los alimentos que comen e incluso a sus hábitos alimenticios.

Muchos han percibido los beneficios de la comida orgánica, por lo que las ventas de comida orgánica han aumentado. Las ventas de estos productos continuarán aumentando a medida que más gente aprenda las ventajas de estos alimentos.

Las principales cadenas de distribución ofrecen una amplia selección de alimentos frescos, por lo que ya no es necesario ir al mercado tradicional. Esto hace que la compra sea más práctica para el ritmo de vida que se lleva en Hong Kong. Algunos de estos supermercados están abiertos 24h al día por lo que los consumidores pueden comprar cuando más les convengan.

La influencia occidental se hace evidente en la cantidad de alimentos empaquetados y procesados que se consumen. La cantidad de alimentos empaquetados ha aumentado considerablemente en los últimos años.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

La influencia cada vez mayor de la cocina mediterránea y el desarrollo del concepto de las tapas están aportando una gran notoriedad a productos como el jamón serrano, siendo posible su consumo en bastantes restaurantes y su compra en cada vez más supermercados. Los hongkoneses comienzan a saber lo que es el jamón serrano, el ibérico y las bondades de su consumo para la salud.

La compra doméstica se realiza por lo general una o dos veces a la semana debido a la ocupada jornada de los hongkoneses. Aunque todavía conviven los supermercados con los mercados tradicionales, los primeros gozan de mucha más popularidad entre la población joven y se encuentra una mayor selección en un mismo lugar y a cualquier hora del día.

En supermercados como Great o Citysuper ya es posible encontrar jamón ibérico y serrano, no solo loncheado sino también al corte. En los establecimientos de mayor tamaño de estas cadenas es posible también encontrar jamón ibérico cortado a cuchillo por los propios dependientes.

ICEX

IV ■ PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los márgenes en este sector son muy variables dependiendo de varios factores:

El **precio de compra en origen**, que dependerá entre otras cosas del número de intermediarios necesarios. En este sentido, es importante la flexibilidad de las empresas productoras si se pretende eliminar intermediarios. Los hábitos de consumo de la mayor parte de la población, hace que el consumo de productos europeos sea bastante limitado en comparación con otros países, por lo que las cantidades importadas en ocasiones serán reducidas.

El **posicionamiento del producto** en el país de origen y otros mercados internacionales. Esto ayudará al supermercado a fijar el posicionamiento en Hong Kong, que no tiene que ser necesariamente el mismo, incluyendo el precio o la colocación en los lineales.

El **margen aplicado por los minoristas**. En muchas ocasiones el margen aplicado a los productos españoles es bastante elevado. Así por ejemplo, en algunos supermercados, al jamón serrano se le aplica un margen que puede llegar a rondar el 100% ya que se sitúa como un producto de alto nivel, cuyo beneficio compensará el escaso margen de los productos de gran consumo como puede ser el arroz.

Los **diferentes pagos exigidos por los minoristas**. Los exportadores deben tener en cuenta que la mayoría de los minoristas de Hong Kong requieren el pago de tasas de referencia o introducción para colocar los productos en sus estanterías. Estos pagos varían de una tienda a otra y la carga se suele transferir al importador. Además, las condiciones suelen incluir descuentos promocionales, sobre devoluciones, de distribución y reembolso de incentivos. En general, el total de estas cargas suele resultar entre un 8% al 15% sobre la facturación total, dependiendo del minorista.

A modo de referencia, a continuación se indican los precios de diversos jamones que se pueden encontrar con facilidad en supermercados gourmet:

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Producto	Marca	Origen	Unidad de Vta.	Precio en HKD
Jamón Jabugo de Huelva	Bellota Bellota	España - Francia	100 gramos	400
Jamón Ibérico Extremadura	Bellota Bellota	España - Francia	100 gramos	400
Jamón Ibérico	5 Jotas	España	100 gramos	345
Jamón Ibérico de bellota	Juan Pedro Domecq	España	100 gramos	300
Jamón Ibérico Jabugo	Eiriz	España	100 gramos	200
Jamón Curado 30 meses	Devodier Tartufo	Italia	80 gramos	130
Jamón de Parma	Devodier	Italia	100 gramos	115
Jamón de Parma	Levoni	Italia	70 gramos	80
Jamón Curado	Michel Ebener	Suiza	100 gramos	100
Jamón Ibérico de Cebo	Azuaga	España	100 gramos	99,9
Jamón de Saboya	Le Gabelier	Francia	90 gramos	88,8
Jamón Serrano	Campofrío	España	80 gramos	45,9

Fuente : *Elaboración Propia*

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En general, el conocimiento de los productos españoles en Hong Kong es bastante limitado.

Sin duda, el producto español por excelencia en estos momentos en Hong Kong es el jamón ibérico que en general tiene una imagen de producto con un alto prestigio. Algunos consumidores, en su afán de diferenciarse e innovar, han sustituido el popular jamón de Parma por el más exclusivo ibérico. A parte del jamón los principales alimentos que se asocian con España son los embutidos, los quesos, aceitunas, aceite de oliva, las conservas vegetales o el vino.

La mayor parte de los productos procedentes de España son vendidos en tiendas especializadas, dedicadas tanto a la venta como a la distribución de productos españoles, y en supermercados de alta gama como Great, Citysuper, Sogo u Olivers Delicatessen. También existen en Hong Kong un cierto número de tiendas gourmet, estando destinadas a consumidores occidentales o a un reducido grupo de chinos con un alto nivel adquisitivo y con conocimientos de la gastronomía mediterránea. En estos círculos el jamón español es apreciado y los comercios destacan su procedencia con banderas españolas o carteles indicando “from Spain”. Así se puede observar en la siguiente tabla como la mayoría de jamones de alta gama son de procedencia española.

Producto	Marca	País	Punto de venta	Unidad
Paleta de bellota	Joselito	España	Great	100g
Delicias ibéricas	Azuaga	España	Great	100g
Jamón ibérico	Azuaga	España	International	100g
Paleta de bellota	Azuaga	España	International	100g
Jamón de Parma	Coppa	Italia	International	70g
Jamón de Parma	Citterio	Italia	International	80g
Jamón de Parma	Handy Tiron	Italia	International	80g
Jamón Curado	Albert Spies	Suiza	Great	80g

Fuente: Elaboración propia

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

En las grandes cadenas de supermercados de la región como Wellcome y Park'n Shop los productos cárnicos españoles son difíciles de encontrar por lo que es poco probable que su consumo se generalice sin un adecuado esfuerzo de promoción. Los supermercados de gama más alta hacen promociones de productos de diferentes países.

En cuanto a la promoción que realizan los distribuidores de jamón en Hong Kong la mayoría de ellos considera las ferias agroalimentarias como la mejor medida para darse a conocer en el mercado. Aunque tampoco destacan la publicidad impresa en revistas especializadas de comida gourmet o de vinos ya que el jamón es un producto que tiene un grupo de mercado objetivo similar al de vinos.

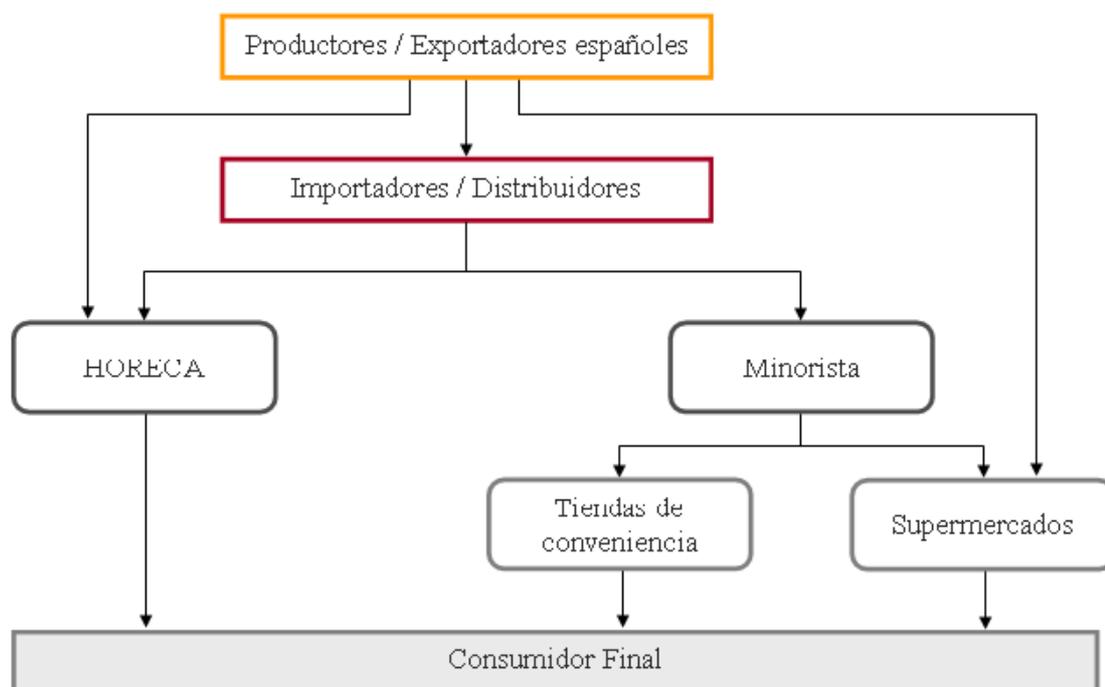
Es de destacar también las actividades de promoción que ICEX realiza en Hong Kong, principalmente durante la feria HOFEX donde realiza diversas actividades como:

-Seminario de Jamón: Seminario sobre las calidades entre los distintos tipos de jamón español y sobre la manera de cortar jamón a mano. Este seminario es normalmente impartido por un maestro cortador.

-Concurso de Corte de Jamón: Concurso en el que participaron chefs y cortadores locales.

icex

VI. DISTRIBUCIÓN



Fuente: Elaboración Propia

La gran mayoría de mercados, cadenas de supermercados, restauradores, cadenas de restaurantes de comida rápida,... se aprovisionan a través de importadores locales. En el caso de los productos cárnicos envasados los importadores son mayoristas especializados, o grandes minoristas que compran directamente al exportador cuando el envío es suficientemente cuantioso. Para observar sus particularidades se dividirá la distribución en:

1. Supermercados y mercados
2. Tiendas de alta gama
3. Hoteles y restaurantes
4. Mayoristas

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

1. SUPERMERCADOS Y MERCADOS

En la cultura de Hong Kong está muy extendida la compra en los mercados tradicionales y la ciudad cuenta con abundancia de ellos. En estos sólo se puede encontrar carne fresca.

En cuanto a los supermercados hay dos grandes cadenas dominantes en Hong Kong, por un lado Wellcome (parte del grupo empresarial, Jardine Matheson, a través de su filial “Dairy Farm”) que cuenta con más de 250 supermercados y por el otro Park’n Shop (de AS Watson, a su vez filial de Hutchison Whampoa) que cuenta con más de 240 supermercados.

2. TIENDAS DE ALTA GAMA

Se trata de tiendas independientes en diferentes zonas de Hong Kong. La mayoría se concentran en las principales zonas comerciales del territorio (Central, Causeway Bay y Tsim Sha Tsui). Estas tiendas suministran a los clientes con mayor poder adquisitivo y a expatriados, que viven, compran y trabajan esencialmente en esas zonas.

Algunos de ellos se consideran supermercados para expatriados (aunque la mayor parte de sus clientes sean chinos locales) porque ofrecen una gran variedad de productos importados. En ellos los precios son más altos y los productos ofrecidos son más exclusivos. Aquí se pueden encontrar productos de lujo como jamón y chorizo ibérico, foie gras, o productos italianos y franceses de alta gama. Entre ellos destacamos City Super, Oliver’s Delicatessen y Great quienes ofrecen una gama más amplia de productos cárnicos de países como Italia, España, etc.

En particular, Great, perteneciente al grupo “Hutchison Whampoa”, al igual que Park n’ Shop, y con quien comparte el sistema logístico y financiero, es el centro elegido para “experimentar” con nuevos productos extranjeros en el mercado. Según las entrevistas llevadas a cabo con el responsable de productos frescos de esta empresa, nuevos productos como podrían ser los embutidos españoles serían puestos a prueba en primer lugar en Great para ver su aceptación, en cuyo caso se procedería a introducirlos en los supermercados Park n’ Shop, con mayor capacidad de llegar a la masa de consumidores.

3. HOTELES Y RESTAURANTES

La cultura local implica comer en restaurantes y cocinar en casa es una excepción, debido, entre otras cosas, al reducido tamaño medio de la vivienda. Por ello la ciudad cuenta con alrededor de unos 12.000 restaurantes. La gran mayoría de ellos son de tipo local donde los grandes productos consumidos son cerdo, buey y aves. Estos no sirven platos elaborados con comida importada de calidad sino que su motivación a la hora de comprar es el precio.

Por otro lado, debido a la comunidad de expatriados, los habitantes cada vez más occidentalizados en sus gustos y el gran tráfico de turismo la ciudad cuenta con un gran número de

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

restaurantes de cocina internacional. En estos y en los hoteles si que se consumen carnes importadas de mayor calidad, jamón y embutidos.

4. MAYORISTAS

Existe un gran número de empresas dedicadas a la distribución de productos cárnicos al sector minorista, ya sean supermercados, tiendas, hoteles o restaurantes.

ICEEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Hong Kong cuenta con su propia legislación para la entrada de productos cárnicos en el territorio que no es al misma que la de la China continental. A continuación se destacan los puntos más relevantes para la entrada de jamón al territorio pero la información referente al tema es más amplia y es aconsejable consultar a la Oficina Económica y Comercial en caso de querer exportar a Hong Kong.

Aranceles y otros impuestos

Hong Kong es puerto franco y no se carga con ningún arancel a los bienes importados al territorio. La importación de productos de alimentación está exenta de impuestos de importación.

Licencias para la importación

Para poder actuar como importador de carne en Hong Kong, es necesario obtener una licencia de importación para cada partida que se importe. Esta licencia se puede obtener en un día hábil completando el formulario “*Import Licence Form 3 (TRA 187)*” y entregándolo en la “*Food and Environmental Hygiene Department's Food Importer / Distributor Registration and Import Licensing Office at Room 119, 1/F, 258 Queen's Road East, Wan Chai, Hong Kong*” Además de esto, el importador debe estar previamente registrado ante el “*Pre-Statutory Voluntary Registration Scheme of the Centre for Food Safety.*” Una vez obtenida la licencia, el importador se quedará una copia de la misma, otra la deberá entregar con los datos de la llegada del envío, en los 7 días siguientes, en el “*Food and Environmental Hygiene Department*”. Para más información se puede consultar la Guía sobre importaciones de carne en Hong Kong.

http://www.cfs.gov.hk/english/import/import_icfsg_07.html

Por último, no existen cuotas o prohibiciones establecidas sobre las importaciones de jamón.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

Condiciones para la exportación desde España

Según el último acuerdo entre España y Hong Kong, los establecimientos de producción y comercialización de carnes frescas, productos cárnicos y otros productos de origen animal que deseen destinar sus productos a la exportación deberán estar expresamente autorizados para la exportación, mediante autorización sanitaria emitida por la Dirección General de Salud Pública del Ministerio de Sanidad y Consumo español. Esto es completado con lo establecido por el Real Decreto 218/1999 del 5 de febrero, que establece las condiciones sanitarias de producción y comercialización con países terceros de carnes frescas y otros determinados productos de origen animal. Para la obtención de los certificados sanitarios de exportación de productos de origen animal se debe consultar la página del Ministerio de Agricultura <http://cexgan.mapa.es/Modulos/AccesoCertificados.aspx>.

Condiciones para la importación de productos elaborados

La legislación sobre alimentación no establece requisitos legales o administrativos específicos para la importación de productos elaborados, incluidos el jamón curado y los embutidos, a diferencia de las carnes frescas, refrigeradas o congeladas para las que sí se especifica la necesidad de un Certificado Oficial.

Sin embargo los fabricantes de cualquier alimento deben garantizar que los alimentos que producen son aptos para consumo humano. A tal efecto las autoridades de Hong Kong solicitan que la autoridad competente del país de origen certifique:

- i) que el producto ha sido procesado y envasado en condiciones higiénicas.
- ii) que el producto no contiene sustancias dañinas para la salud. (legislación previamente citada sobre los conservantes y las sustancias nocivas)
- iii) que el producto es apto para consumo humano y su venta está permitida en el país de origen.

En el caso del jamón curado y los embutidos, que como se dijo tienen consideración de alimentos elaborados, las autoridades de Hong Kong vienen aceptando el "Certificado Sanitario para la Exportación de Productos Alimenticios" de España, que firman y sellan los Servicios de Sanidad de las Comunidades Autónomas.

Exigencias de Etiquetado

Las exigencias de etiquetado son a día de hoy las siguientes:

1. Nombre o designación: Los alimentos envasados deben estar marcados o etiquetados con su nombre o designación.
2. Lista de ingredientes: Deben ser marcados o etiquetados con una lista de ingredientes
3. Indicación de fecha de caducidad: Puede ser presentada en caracteres chinos y en inglés o números arábigos. La fecha de caducidad puede mostrarse en números arábigos o tanto en lengua inglesa como china y expresada en términos de un día, un mes y un año.

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

4. Declaración de condiciones especiales de almacenamiento o instrucciones de empleo: Si se requieren condiciones especiales para el almacenamiento de un alimento envasado, debe marcarse o etiquetarse una declaración de tales condiciones sobre el alimento.

5. Nombre y dirección del fabricante o embalador: deberá marcarse o etiquetarse el nombre completo o la razón social y la dirección completa o los detalles de la oficina registrada o principal del fabricante o el embalador.

6. Número, peso o volumen: El peso de alimentos y el volumen deben ser marcados con la cuenta numérica del contenido o con el peso de volumen neto del alimento.

7. Lengua apropiada: No es necesario tener tanto lenguas chinas como inglesas sobre el paquete de alimentos; cualquiera de las dos es aceptable. Si el nombre está escrito en ambas lenguas, la lista de ingredientes también debe ser expresada en ambas lenguas.

Además de todo esto, el Consejo Legislativo ha introducido una serie de requisitos adicionales que han entrado en vigor el día 1 de julio de 2010, esta normativa es bastante amplia y compleja y debe ser estudiada en profundidad. Las novedades principales son:

Los alimentos tienen la necesidad de incluir una tabla nutricional en la que se detallen los nutrientes (divididos en 7 proteínas, carbohidratos, grasas, ácidos grasos esenciales, ácidos grasos poliinsaturados, sodios y azúcares).

Para los productos cuyo volumen de ventas sea inferior a 30.000 unidades al año se puede solicitar la exención. Si la exención es aprobada se debe pagar una tarifa de 345 HK\$.

Para más información consultar www.cfs.gov.hk/english/food_leg/food_leg_nl_guidance.html

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Hofex 2013. The Internacional Exhibition of Food & Drink, Hotel, Restaurant & Food service Equipment, Supplies & Services.

Edición: 15ª.

Fechas: 07-10 Mayo 2013

Ubicación: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Página web: www.hofex.com

Hong Kong Food Expo 2013

Edición: 24ª

Fechas: 15-19 Agosto 2013

Ubicación: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Página web: www.hktdc.com/fair/hkfoodexpo-en/HKTDC-Food-Expo.html

Restaurant & Bar Hong Kong 2013

Edición: 10ª

Fechas: 3-5 Septiembre 2013

Ubicación: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Página web: <http://www.restaurantandbarhk.com/en/index.html>

EL MERCADO DEL JAMÓN EN HONG KONG

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

CUISINE & WINE ASIA

Publicado por: PETER KNIPP holdings pte ltd.

Editor Jefe: Peter A. Knipp

Director: Siu Bee Knipp.

Dirección: 102F Pasir Panjang Road

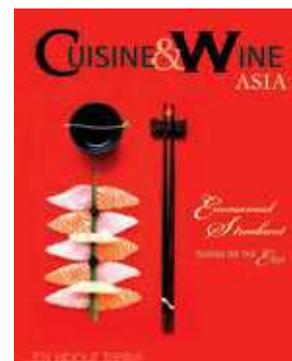
05-06 Citilink Complex

Singapore 118530

Teléfono: (0065) 6273 7707

Fax: (0065) 6270 1763

E-mail: siubee@asiacuisine.com



ASIAN HOTEL AND CATERING TIMES

Publicado por: Thompson Press Hong Kong Limited

Contacto: Mr Mischa Moselle.

Dirección: Room 1205-6, 12F

Hollywood Centre

233 Hollywood Road,

Sheung Wan, Hong Kong

Teléfono: (00852) 2851 7068

Fax: (00852) 2851 1933



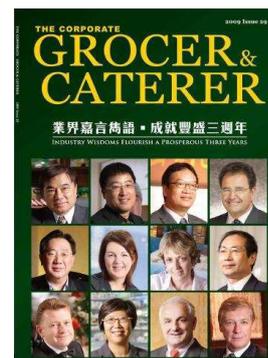
GROCER & CATERER

Publicada por: Freshmedia

Editor: Erica Lo

Teléfono: (00852) 9807 9171

E-mail: info@freshmedia.com.hk



3. ASOCIACIONES

- Hong Kong Live Pig Trade Merchants Association
- Hong Kong Livestock Industry Association
- The Hong Kong food council

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

- Customs and Excise Department www.customs.gov.hk
- Centre for Food Safety www.cfs.gov.hk
- Food and Environmental Higiene Department www.fehd.gov.hk

ICEX