

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

Notas Sectoriales

El mercado de la marroquinería y la piel en Hong Kong

El mercado de la marroquinería y la piel en Hong Kong

Esta nota ha sido elaborada por Enrique Bravo Fernández bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Hong Kong

Octubre 2013

ÍNDICE

I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	11
3. Importaciones	12
4. Exportaciones	17
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	20
1. Artículos y países de viaje	20
2. Artículos de moda en piel y peletería	21
3. Productos terminados de cuero	21
4. Tendencias del sector	22
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	23
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	24
VI. DISTRIBUCIÓN	26
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	29
VIII. ANEXOS	31
1. Ferias	31
2. Asociaciones	32
3. Otras direcciones de interés	33

CONCLUSIONES

La industria de la piel y la marroquinería comenzó a desarrollarse en Hong Kong durante la década de 1930, cuando llegaron los primeros fabricantes procedentes de China continental. Desde entonces, el mercado hongkonés ha experimentado un crecimiento de tal forma que en los últimos años Hong Kong se ha erigido como uno de los principales centros de promoción y distribución de piel y marroquinería en Asia. Junto a esta gran demanda de productos de lujo en la región debido a su alto PIB per cápita y a la importante afluencia de turistas de China continental, hacen que sea uno de los mercados más atractivos del mundo.

La producción local es prácticamente inexistente, por lo que la oferta del sector se compone principalmente de importaciones. El valor de las exportaciones de productos terminados de

piel y marroquinería ha alcanzado en 2012 casi 9.000 millones de USD¹ mientras que el de pieles, peletería y cuero ha superado los 5.700 millones de USD. El principal país proveedor es China continental con productos orientados al segmento bajo y medio-bajo del mercado. Italia se posiciona como el país que abastece en mayor medida el segmento alto del mercado. En cuanto a las exportaciones, según la Hong Kong Fur Association, Hong Kong es el mayor exportador de piel y marroquinería de alta gama del mundo. Esto explica la importancia que tienen las re-exportaciones del sector en la región. El principal destino de las mismas es Estados Unidos en el caso de productos terminados, y China continental en el caso de pieles, peletería y cuero.

La demanda local de artículos y bolsos de viaje está al alza ya que la tasa de crecimiento del número de turistas chinos es la más alta del mundo. Además, como consecuencia del incremento de la actividad comercial de China continental, los viajes de negocio también han aumentado considerablemente en los últimos años. Todo esto, hace que las perspectivas de crecimiento de la demanda de este tipo de productos sean muy positivas. En cuanto a productos del sector más orientados a moda, cabe destacar que además de los artículos de lujo, en los últimos años se están introduciendo en el mercado artículos más sencillos y asequibles que son demandados por un público más joven.

¹ USD = Dólar de Estados Unidos.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

La gran mayoría de empresas internacionales del sector tienen presencia en el mercado hongkonés. Esto además les sirve como punto de partida de distribución de sus productos a China continental y otros países del Sudeste Asiático. El acceso al mercado de la piel y la marroquinería en Hong Kong se puede abordar de varias formas. No obstante, la más recomendable es a través de un agente local ya que este conoce a la perfección las características del mercado.

Por último, en Hong Kong no existen aranceles ni restricciones a la importación en los productos del sector con la excepción de lo establecido en la Convención de Washington – CITIES – ratificada por el territorio. Además, la región no grava con ningún tipo de impuesto la venta de artículos de piel y marroquinería.

The image shows a large, stylized logo for ICEX. The letters are bold and blocky, with a dark grey color. The 'I' is a simple vertical bar, the 'C' is a thick curved shape, the 'E' consists of three horizontal bars, and the 'X' is formed by two thick diagonal bars crossing in the middle. The logo is centered on a black rectangular background.

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Hong Kong es una Región Administrativa Especial que cuenta con 7.173.900 habitantes. A pesar de su reducido tamaño presenta una elevada renta per cápita, 30.700 USD, por lo que se considera un mercado muy atractivo.

El presente informe pretende cubrir de la manera más completa y objetiva posible la situación del sector de la marroquinería y la piel en Hong Kong. Dentro del estudio se incluyen tanto productos terminados - artículos de marroquinería y ciertos tipos de zapatos - como peletería y pieles en bruto.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias objeto del presente informe son las que se presentan a continuación, clasificadas según el Sistema Armonizado de Hong Kong (HS):

Tabla 1: Partidas arancelarias analizadas.

Código	Descripción
42.02	Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano, carteras y continentes similares.
42.03.21	Guantes, manoplas y mitones de cuero natural o cuero regenerado.
42.03.30	Cinturones y bandoleras de cuero natural o cuero regenerado.
64.03	Calzados con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural.
41	Pieles, excepto la peletería, y cueros.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Código	Descripción
43.01	Peletería en bruto, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos utilizables en peletería (excepto las pieles en bruto de las partidas 4101, 4102 o 4103).
43.02	Peletería curtida o adobada, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos, desechos y recortes, incluso ensamblada (sin otras materias) (excepto la de la partida 4303).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Sistema Armonizado de Hong Kong.

ICEEX

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño del mercado está determinado tanto por la producción local como por las importaciones. Sin embargo, no existen datos oficiales de producción local aunque se estima que es muy reducida ya que en los últimos años, las fábricas hongkonesas se han trasladado paulatinamente a China continental y a otros países del Sudeste Asiático. Por tanto, la producción local no se ha tenido en cuenta al calcular el tamaño del mercado. Así, se puede afirmar que la gran mayoría de los artículos de marroquinería y piel que se consumen en Hong Kong son importados.

A continuación se presentan los datos de importaciones y exportaciones en los últimos cuatro años para las partidas de productos terminados conjuntamente, así como su crecimiento anual durante los años 2009-2012. Las partidas de productos terminados incluyen la 42.02 - *Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano, carteras y continentes similares*, la 42.03.21 - *Guantes, manoplas y mitones de cuero o cuero regenerado*, la 42.03.30 - *Cinturones y bandoleras de cuero o cuero regenerado*, y la 64.03 - *Calzados con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural*.

Tabla 2. Tamaño de la oferta de productos terminados (miles de USD).

	2009		2010		2011		2012	
	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	
Importaciones	6.755.635	17,8	7.957.166	15,6	9.194.600	- 3,0	8.916.709	
Exportaciones	8.197.175	13,3	9.285.965	9,1	10.134.585	- 3,0	9.831.068	
<i>Exp. domésticas</i>	1.849	18,8	2.196	13,1	2.483	- 21,8	1.941	
<i>Re-export.</i>	8.195.326	13,3	9.283.769	9,1	10.132.103	- 3,0	9.829.126	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

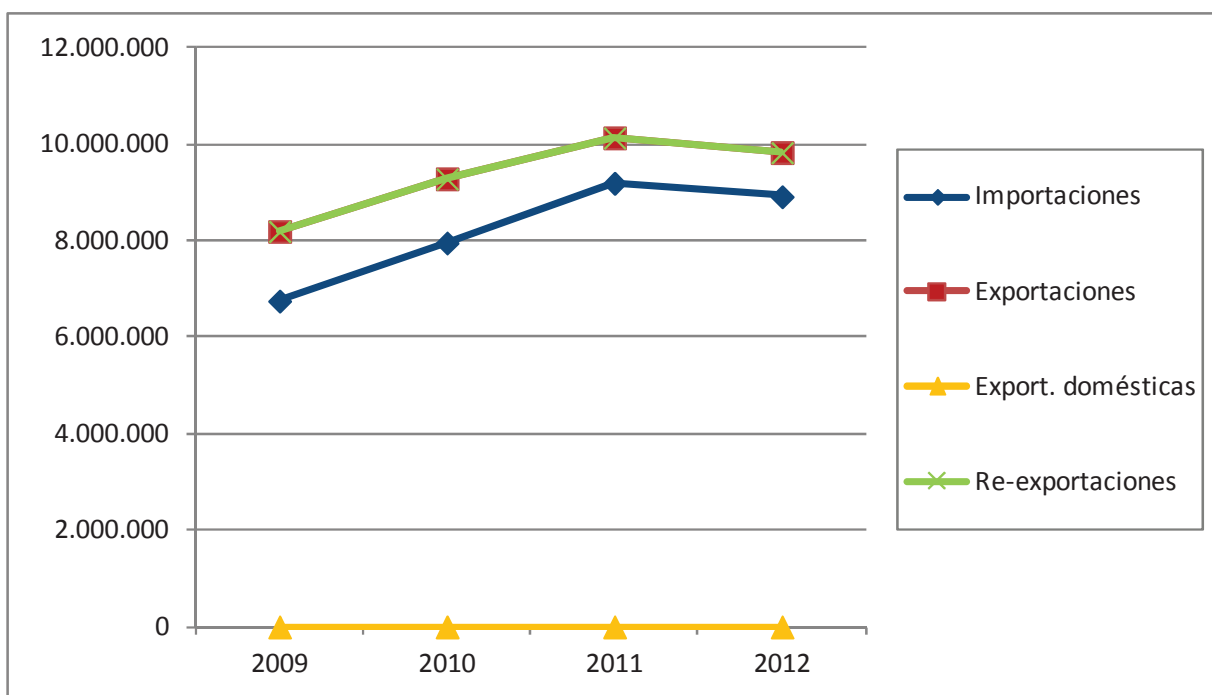
De acuerdo con los datos de la tabla anterior, el valor de las importaciones ha aumentado durante el período considerado, con un incremento total entre 2009 y 2012 de más del 32%. Sin embargo, en el año 2012 las importaciones de productos terminados de marroquinería y piel se han reducido en un 3%. Por su parte, las exportaciones, han experimentado un crecimiento menor que las importaciones en los cuatro años considerados con un aumento total de su valor del 20%. Al igual que sucede con las importaciones, las exportaciones se han reducido en el último año en un 3%. Por tanto, la actividad comercial de los productos terminados del sector se ha visto mermada ligeramente en el 2012.

En cuanto a la composición de las exportaciones, durante los cuatro años prácticamente el 100% de las exportaciones han sido re-exportaciones, es decir, productos que se importan y posteriormente se exportan sin sufrir modificaciones. Con ello, también se muestra que las exportaciones locales no tienen un gran peso en las exportaciones totales de Hong Kong.

Como se puede observar en la Tabla 2, el valor de las exportaciones es mayor que el de las importaciones. No obstante, esta diferencia se ha ido reduciendo desde 2009. El hecho de que el valor de las re-exportaciones supere el de las importaciones se puede explicar principalmente por dos razones. Por un lado, los altos márgenes que aplica el re-exportador hongkonés siendo el precio de re-exportación considerablemente superior al de importación. Por otro lado, lo que aparece computado como re-exportación un año no tiene por qué haber sido importado ese mismo año.

A continuación se muestra la tendencia que han seguido las importaciones y exportaciones de los productos terminados de marroquinería y piel en los últimos cuatro años.

Imagen 1: Evolución del tamaño de la oferta de productos terminados (miles de USD).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

En cuanto al mercado de pieles, peletería y cuero, en la siguiente tabla se incluyen los datos de importaciones y exportaciones así como su crecimiento en los últimos cuatro años. Se presentan de forma conjunta los datos referentes a la partida 41 - *Pieles, excepto la peletería, y cueros*, la 43.01 - *Peletería en bruto, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos utilizables en peletería (excepto las pieles en bruto de las partidas 4101, 4102 o 4103)* y la 43.02 - *Peletería curtida o adobada, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos, desechos y recortes, incluso ensamblada (sin otras materias) (excepto la de la partida 4303)*.

Tabla 3. Tamaño de la oferta de pieles, peletería y cuero (miles de USD).

	2009		2010		2011		2012	
	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	
Importaciones	3.635.842	39,0	5.055.191	10,7	5.595.689	3,5	5.791.111	
Exportaciones	2.687.803	26,6	3.401.888	8,7	3.696.697	3,4	3.820.852	
Exp. domésticas	1.142	20,8	1.379	1.136,9	17.057	28,4	21.897	
Re-export.	2.686.661	26,6	3.400.509	8,2	3.679.639	3,2	3.798.957	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eximbank.

Las importaciones de pieles, peletería y cuero tienen un valor de entre el 50% y el 60% respectivamente de los productos terminados. Durante estos cuatro años las importaciones han aumentado casi un 60% anual con un importante crecimiento en el 2010. Las exportaciones de pieles, peletería y cuero también han experimentado una tendencia creciente aunque ligeramente menor que las importaciones. Así, su crecimiento total desde 2009 a 2012 ha sido del 42% ayudado en gran medida por el aumento que tuvo lugar en 2010. Por tanto, se puede afirmar que la actividad comercial del sector se ha incrementado en el período analizado.

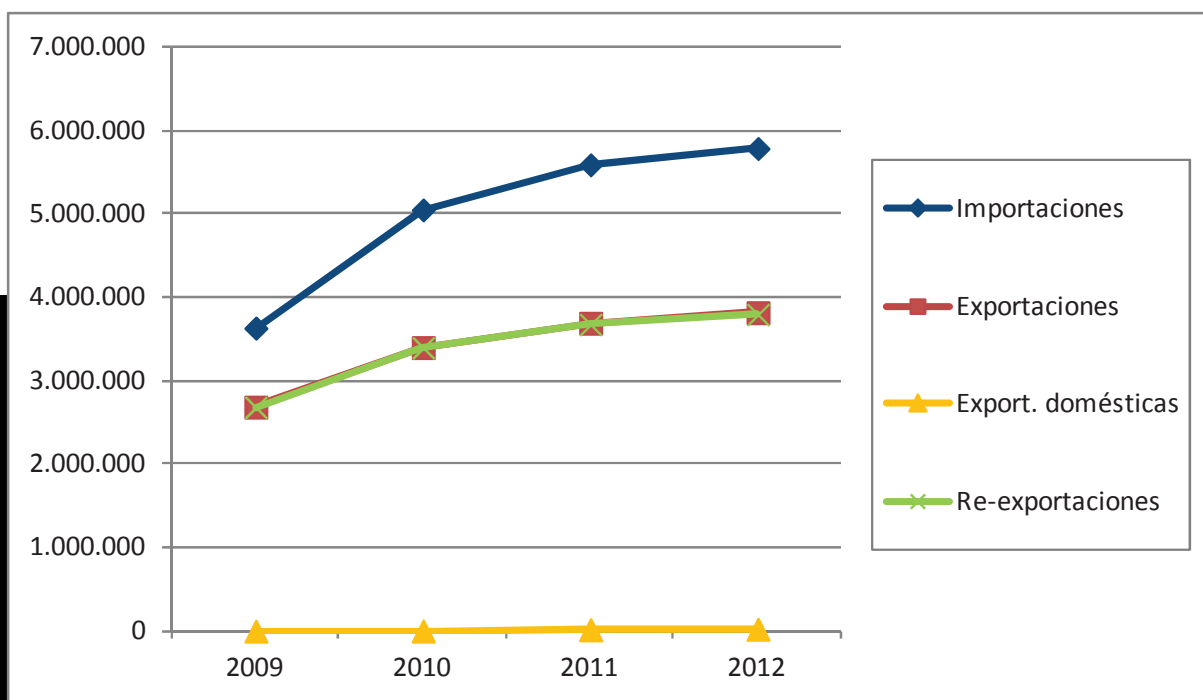
Las exportaciones se componen en su práctica totalidad de re-exportaciones aunque es importante destacar el notable crecimiento que experimentaron las exportaciones domésticas en 2011.

A diferencia de lo que sucede con los productos terminados, Hong Kong es un importador neto de pieles, peletería y cuero. Además, la diferencia entre importaciones y exportaciones ha aumentado durante los cuatro años analizados.

A continuación se muestra la tendencia que han seguido las importaciones y exportaciones de pieles, peletería y cuero desde 2009 a 2012.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Imagen 2: Evolución del tamaño de la oferta de pieles, peletería y cuero (miles de USD).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la estadística.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Hong Kong posee una industria local manufacturera muy reducida. La mayoría de las empresas hongkonesas ha trasladado sus fábricas a China continental en los últimos años. Esto les permite incurrir en menores costes del suelo o espacio y de mano de obra, aumentar su capacidad productiva y como consecuencia ser más competitivas. Además de esto, también es muy conveniente para ellas el hecho de que muchas de las materias primas proceden de regiones de China continental.

A continuación se muestra el tipo de empresas locales presentes en la industria hongkonesa de los productos terminados de cuero:

Tabla 4: Datos del sector de productos terminados de cuero en Hong Kong en 2012.

	Fabricación	Comercio
Número de establecimientos	10	2.700
Número de empleados	60	11.310

Fuente: Census and Statistics Department de Hong Kong.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Como se puede observar en la tabla anterior, el comercio de bienes de marroquinería y cuero continúa siendo importante en la región y es que a pesar de que la producción se haya trasladado a China continental, las empresas siguen manteniendo su base en Hong Kong donde realizan los procesos de calidad, diseño de productos o planificación de la producción. Algunas de estas empresas son también los denominados *Original Equipment Manufacturers*, es decir, fabrican productos para marcas norteamericanas, europeas y japonesas. Por todo esto y por el notable valor de las re-exportaciones, Hong Kong se posiciona como un centro internacional proveedor de productos piel y marroquinería. De hecho, hoy en día Hong Kong es considerado el mayor exportador de productos de alta peletería.

Por otro lado, las escasas empresas que continúan produciendo productos de piel y marroquinería en Hong Kong se han orientado al segmento alto del mercado. Esta es la única forma de poder hacer frente a la gran competencia de los fabricantes de China continental y otros países en desarrollo centrados en el segmento bajo del mercado. Sin embargo, las empresas hongkonesas son de pequeño tamaño por lo que su capacidad de producción es muy limitada y solo pueden asumir pedidos de escaso volumen.

3. IMPORTACIONES

El valor de las importaciones de productos terminados del sector ha alcanzado los 8.916 millones de USD en 2012 mientras que las importaciones de pieles, peletería y cuero han alcanzado los 5.791 millones de USD. La importancia de una partida y otras en cuanto al valor de las importaciones es muy diferente. A continuación se presentan los datos oficiales de importaciones y su crecimiento en los últimos cuatro años para las partidas objeto del estudio.

Tabla 5. Importaciones por partidas (miles de USD).

Partida	2009		2010		2011		2012	
	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	
42.02	3.844.739	16,8	4.479.356	22,1	5.460.230	-2,0	5.369.660	
42.03.21	18.655	0,2	18.644	3,8	19.324	-30,4	13.507	
42.03.30	185.780	30,6	242.101	32,5	320.205	-8,6	293.691	
64.03	2.706.461	19,1	3.217.065	5,7	3.394.841	-4,9	3.239.851	
41	2.222.503	38,6	3.074.157	11,8	3.430.889	-5,3	3.260.263	
43.01	617.286	56,6	964.645	16,6	1.122.626	20,8	1.361.554	
43.02	796.053	28	1.016.389	2,7	1.042.174	11,8	1.169.294	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

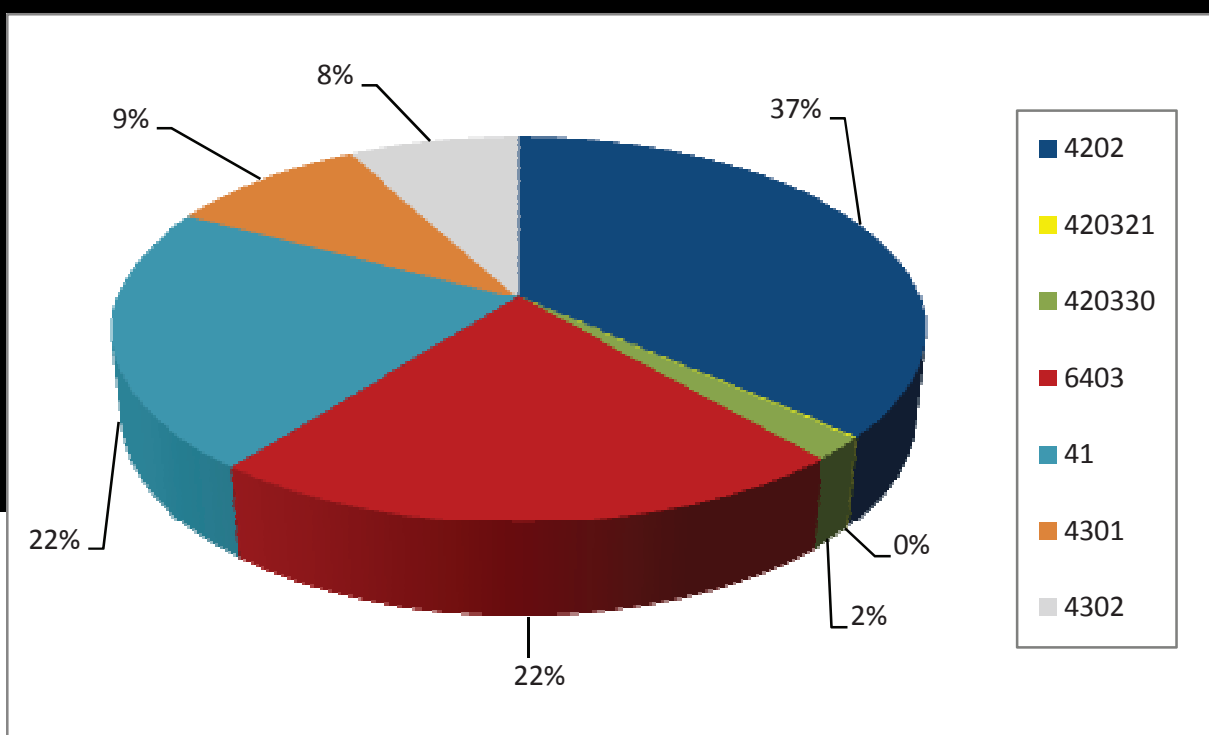
EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

La partida con un mayor valor de las importaciones durante los últimos cuatro años es la 42.02 - *Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano, carteras y continentes similares*, que en 2012 ha alcanzado una cuota del 37% del total de las importaciones de las partidas analizadas.

Le siguen a cierta distancia la partida 41 - *Pieles, excepto la peletería, y cueros* y la 64.03 - *Calzados con suela de caucho, plástico, cuero natural o compuesto y parte superior de cuero natural*, ya que cada una cuenta con el 22% de la cuota de importaciones.

A continuación se muestra la cuota de importaciones de cada partida en el último año.

Imagen 3: Cuota de importaciones por valor de cada partida en 2012.



Fuente: Elaboración propia con datos de Experian.

La procedencia geográfica de las importaciones es variada dada la diversidad de partidas analizadas. No obstante, China continental se posiciona como el principal proveedor del mercado hongkonés de marroquinería y piel, centrado en el segmento bajo y medio-bajo del mercado. Junto al gigante asiático destaca Italia como el segundo exportador más importante y orientado a una gama más alta del mercado. Un caso especial es el de las importaciones de peletería en bruto, ya que Dinamarca abastece gran parte de este mercado en la región.

En cuanto a España, destaca como cuarto exportador de la partida 42.02 - *Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano, carteras y continentes similares*, que es la principal partida procedente de España en términos de valor. También se sitúa como cuarto proveedor de la partida 42.03.30 - *Cinturones y bandoleras de cuero o cuero compuesto*.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

En las siguientes tablas se presentan los rankings de importaciones de las distintas partidas por país de procedencia.

Tabla 6: Ranking de importaciones de la partida 42.02 (en miles de USD).

	País	2009		2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	
1	China cont.	2.493.700	10,4	2.754.205	9,9	3.020.298	-2,8	2.947.277	
2	Italia	460.535	52,6	702.971	48,5	1.042.124	8,9	1.138.514	
3	Francia	740.691	11,3	824.387	28,7	1.058.628	-10,5	951.078	
4	España	40.528	30,5	52.902	139,8	126.639	1,0	128.412	
5	Vietnam	8.095	16,6	9.436	134,2	22.057	17,6	26.038	
6	Indonesia	5.119	97,9	10.128	33,7	13.513	75,6	23.821	
7	Turquía	9.222	49,2	13.760	120,3	30.257	-21,7	23.772	
8	Japón	22.250	-8,7	20.320	-5,2	19.227	3,1	19.901	
9	Singapur	18.444	8,8	20.071	34,3	26.908	-43,7	15.202	
10	Tailandia	5.797	36,4	7.909	22,3	9.652	49,1	14.447	
	Total	3.844.739	16,8	4.479.356	22,1	5.460.230	-2,0	5.369.660	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

Tabla 7: Ranking de importaciones de la partida 42.03.21 (en miles de USD).

	País	2009		2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	
1	China cont.	14.422	-15,6	12.168	-5,6	11.460	-36,9	7.255	
2	Tailandia	533	68,3	897	1,3	907	63,2	1.486	
3	Japón	869	50,6	1.309	-2,7	1.271	-13,4	1.104	
4	Indonesia	254	444,5	1.383	2,4	1.413	-41,3	833	
5	Vietnam	912	15,6	1.054	65,4	1.741	-58,6	723	
6	Italia	208	53,8	320	50,2	480	8,3	521	
7	India	312	72,8	539	5,1	565	-36,4	361	
8	Francia	72	-31,9	49	169,8	131	128,9	300	
9	Filipinas	51	109,8	107	183,7	302	-30,4	211	
10	Pakistán	275	-0,7	273	9,3	298	-50	149	
-	España	9	33,3	12	-93,5	1	-100,0	0	
	Total	18.655	0,2	18.644	3,8	19.324	-30,4	13.507	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Tabla 8: Ranking de importaciones de la partida 42.03.30 (en miles de USD).

	País	2009	2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$
1	Italia	43.947	20,8	53.067	38,9	73.584	24,4	91.864
2	China cont.	93.419	7,5	100.426	5,6	105.804	-16,0	89.194
3	Francia	37.049	96,7	72.873	32,9	96.680	-24,3	73.490
4	España	3.957	27,0	5.026	504,1	30.304	-16,0	25.562
5	Alemania	2.663	107,9	5.536	39,5	7.706	-35,7	4.971
6	Reino Unido	413	-6,8	385	187,7	1.105	49,3	1.655
7	Japón	431	-27,8	311	110	652	105,4	1.345
8	India	1.240	0,0	1.240	7,2	1.326	-0,9	1.319
9	EE.UU.	315	27,0	400	64,0	655	47,0	966
10	Suiza	917	-35,6	591	-5,6	557	18,1	660
	Total	185.780	30,6	242.101	32,5	320.205	-8,6	293.691

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

Tabla 9: Ranking de importaciones de la partida 42.03.30 (en miles de USD)

	País	2009	2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$
1	China cont.	2.261.800	18,9	2.689.206	-0,4	2.673.346	-9,1	2.438.050
2	Italia	211.045	36,4	287.871	66,9	479.514	13,7	547.114
3	Vietnam	52.380	4,3	54.646	32,2	72.100	2,9	74.473
4	Indonesia	12.334	-8,3	11.316	39,8	15.790	25,4	19.867
5	EE.UU.	5.651	37,6	7.774	52,5	11.832	66,8	19.809
6	India	9.414	18,2	11.126	22,6	13.613	13,4	15.489
7	España	11.925	-6,7	11.122	18,7	13.172	11,3	14.717
8	Francia	77.819	-9,0	70.806	-82,8	12.153	-1,6	12.006
9	Suiza	14.816	-19,9	11.861	16,7	13.821	-20,5	11.030
10	Rep. Dominicana	2.344	37,9	3.232	78,5	5.758	79,6	10.381
	Total	2.706.461	19,1	3.217.065	5,7	3.394.841	-4,9	3.239.851

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Tabla 9: Ranking de importaciones de la partida 41 (en miles de USD).

	País	2009	2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$
1	Italia	476.243	25,1	595.680	15,6	687.108	-12,1	606.148
2	India	210.662	51,0	318.103	0,3	318.468	13,5	362.617
3	China cont.	136.833	81,3	248.057	38	341.568	-26,4	252.162
4	Corea	140.180	35,2	189.590	13	213.900	15,9	248.849
5	Brasil	146.444	24,5	182.291	14,2	207.826	6	221.186
6	Taiwán	96.918	17,3	113.731	5,4	119.624	21,1	145.361
7	Argentina	101.001	44,4	145.860	-11,1	129.463	10,1	143.099
8	EE.UU.	145.234	40,8	204.418	0,8	205.667	-37,7	128.500
9	Pakistán	72.028	57,6	113.545	2,9	116.562	9,1	127.662
10	Tailandia	74.126	46,3	108.483	-8,8	98.778	7,8	106.886
14	España	66.684	34,9	89.984	0,4	90.136	-30,8	62.555
	Total	2.222.503	38,6	3.074.157	11,8	3.430.889	-5,3	3.260.263

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

Tabla 10: Ranking de importaciones de la partida 43.01 (en miles de USD).

	País	2009	2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$
1	Dinamarca	341.889	55,1	530.102	31,7	697.048	27,8	893.898
2	Finlandia	133.215	72,1	229.321	-13,3	198.529	-1,9	195.428
3	Canadá	81.440	40,3	114.228	2,0	116.304	47,9	172.674
4	EE.UU.	33.591	72,3	57.875	-3,0	56.044	-22,6	43.554
5	Holanda	12.588	18,7	14.943	-14,2	12.802	53,0	19.655
6	Rusia	2.375	137,6	5.643	-44,2	3.141	182,2	8.895
7	China cont.	3.604	-29,6	2.536	584,1	17.315	-62,0	6.596
8	Ucrania	252	740,9	2.119	-86,5	287	1592,0	4.866
9	Alemania	2.267	4,5	2.370	-6,9	2.203	82,6	4.036
10	España	42	192,9	123	108,0	8.875	-55,9	3.925
	Total	617.286	56,6	964.645	16,6	1.122.626	20,8	1.361.554

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Tabla 11: Ranking de importaciones de la partida 43.02 (en miles de USD).

	País	2009	2010		2011		2012	
		Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$	%	Miles \$
1	China cont.	743.453	23,9	920.858	1,8	935.606	13,4	1.064.727
2	Holanda	8.941	103,7	18.217	32,4	24.070	15,6	27.928
3	Reino Unido	8.282	73,7	14.385	-15,1	12.191	20,3	14.724
4	Italia	3.859	94,9	7.522	3,0	7.729	10,9	8.599
5	Dinamarca	7.756	89,9	14.727	-27,2	10.703	-27,6	7.773
6	Finlandia	4.079	54,7	6.311	-42,5	3.619	53,0	5.557
7	Francia	2.031	94,5	3.951	0,7	3.972	16,6	4.648
8	Malasia	159	850,9	1.512	252,8	5.325	-20,3	4.261
9	Alemania	1.347	201,9	4.066	-20,3	3.234	29,4	4.201
10	Guatemala	1.785	95,1	3.483	55,7	5.412	-30,8	3.759
14	España	1.125	180,8	3.159	-21,0	2.489	15,6	2.887
	Total	796.053	28,0	1.016.389	2,7	1.042.174	11,8	1.169.294

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de España.

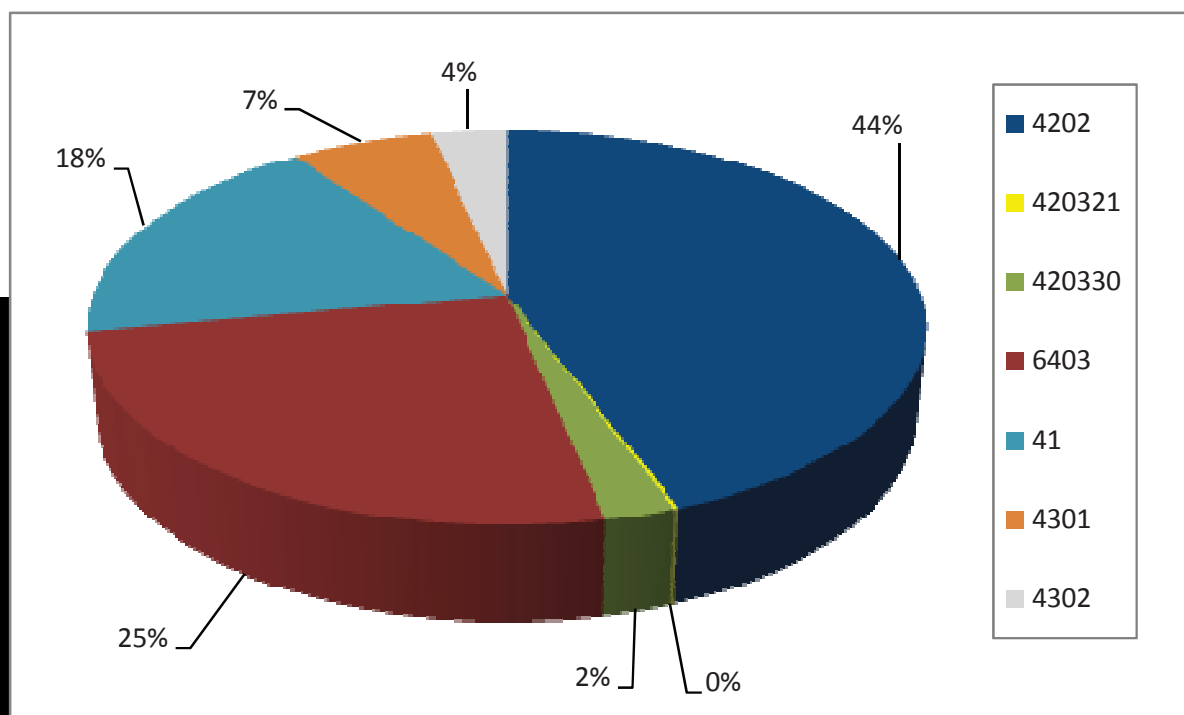
4. EXPORTACIONES

Según la Hong Kong Fur Association, Hong Kong es el mayor exportador de piel y marroquinería de alta gama del mundo. Estas exportaciones se componen en su práctica totalidad de re-exportaciones. Al igual que sucede con las importaciones, las exportaciones tanto de productos terminados como de pieles, peletería y cuero han aumentado en el período analizado. No obstante, en el último año las de productos terminados se han reducido un 3%. En 2012 el valor de las exportaciones de productos terminados y de pieles, peletería y cuero ha alcanzado los 9.831 millones de USD y 3.820 millones de USD respectivamente.

Por partidas, la 42.02 - *Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano, carteras y continentes similares*, es la que más se re-exporta ya que supone casi la mitad del total. Algo que es previsible puesto que también es la que más se importa. Lo mismo sucede con la 64.03 - *Calzados con suela de caucho, plástico, cuero natural o compuesto y parte superior de cuero natural*, y la 41 - *Pieles, excepto la peletería, y cueros*, que también mantienen su importante papel en las exportaciones.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Imagen 4: Exportaciones de piel y marroquinería por partidas en 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Aduana.

Geográficamente, a pesar de que China continental es el principal mercado de destino de las re-exportaciones del sector, los países a los que se dirigen las mismas dependen en gran medida de si son productos terminados o pieles, peletería y cuero.

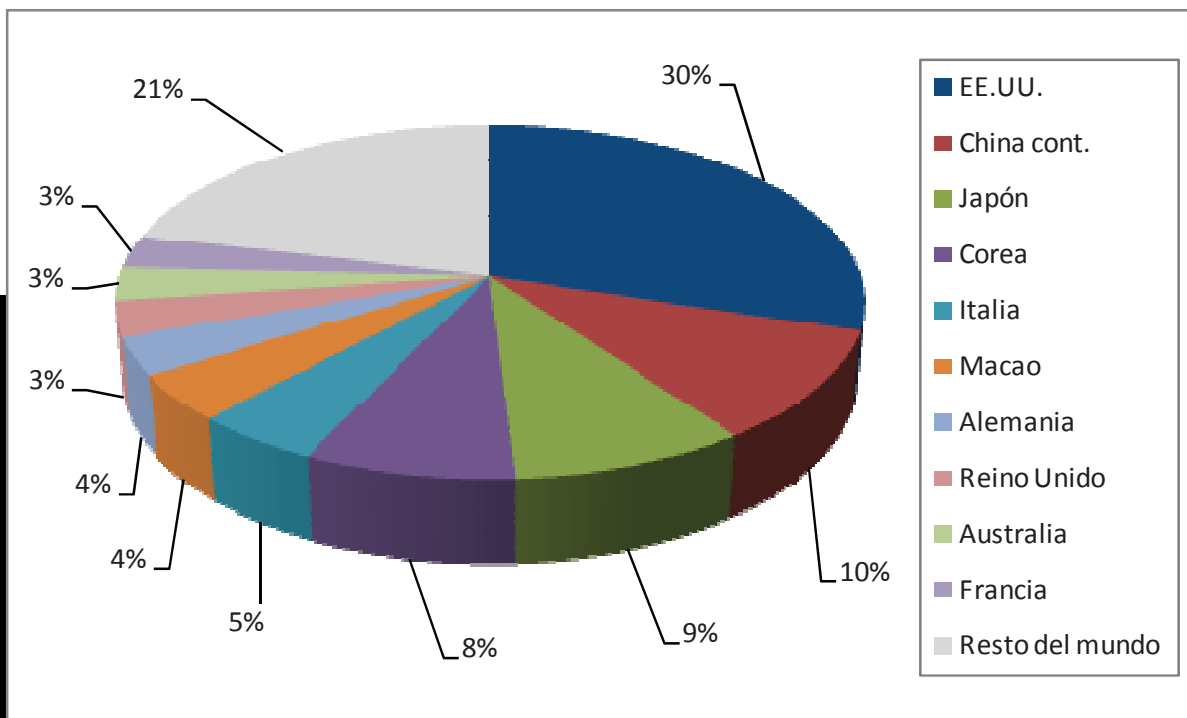
Las re-exportaciones de productos terminados se dirigen principalmente a países desarrollados. El cliente más importante es Estados Unidos con el 30% de la cuota de exportaciones. Le siguen a gran distancia los países asiáticos como China, Japón y Corea que tienen el 10%, 9% y 8% respectivamente. Tras ellos, aparecen las grandes potencias europeas junto con Macao y Australia. A España se re-exporta el 1,5% de los productos terminados del sector.

En cuanto a las pieles, peletería y cuero, se puede apreciar que entre los destinos de las re-exportaciones aparecen más países en desarrollo. Esto se explica porque se trata de productos que tienen que pasar por procesos de fabricación para convertirse en productos terminados dirigidos al consumidor final. Así, el destino claramente dominador del mercado es China continental que acapara el 90% de todas las exportaciones. Esto confirma la posición de China como gran productor de artículos de piel y marroquinería. Vietnam es el otro destino que tiene cierta importancia ya que tiene una cuota del 5% de las exportaciones hongkonesas de pieles, peletería y cuero.

A continuación se detallan las cuotas de exportación de productos terminados y de pieles, peletería y cuero a los diferentes países en el último año.

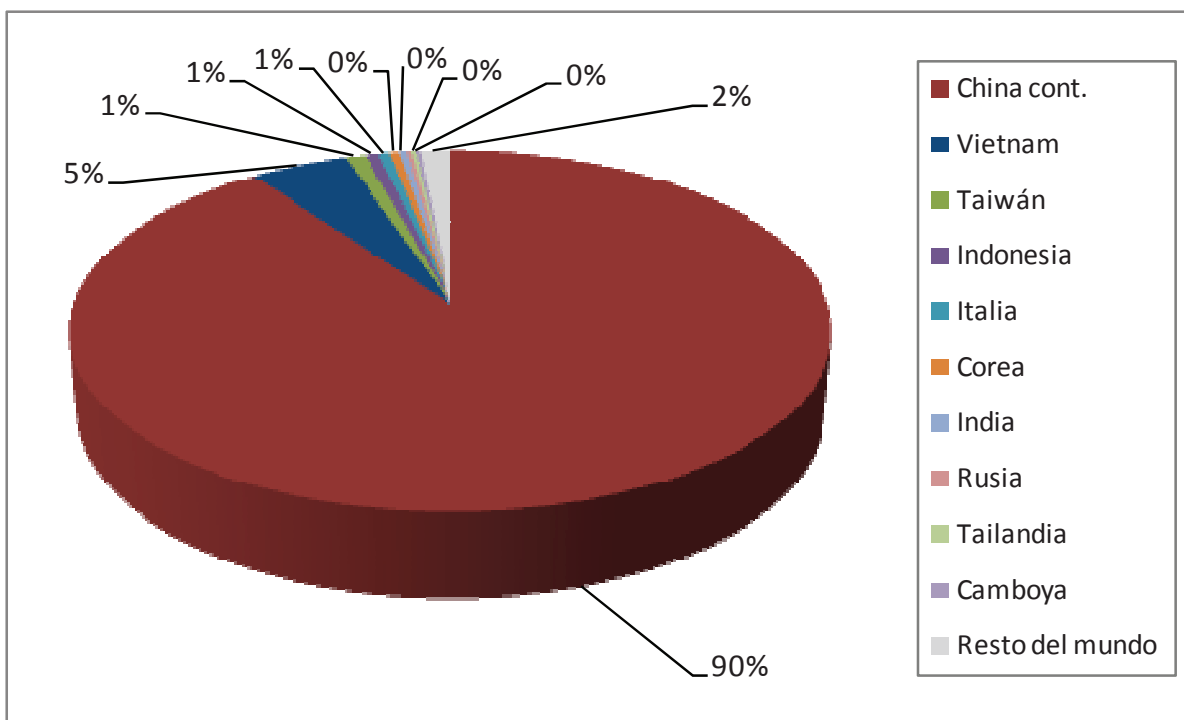
EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Imagen 5: Exportaciones de productos terminados por país de destino en 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

Imagen 6: Exportaciones de pieles, peletería y cuero por país de destino en 2012.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Experian.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Hong Kong se puede considerar un mercado de pequeño tamaño respecto a otras regiones. Sin embargo, esto se ve compensado por la elevada renta per cápita de sus habitantes que asciende a 36.765 USD en 2012. Este hecho, junto con la gran afluencia de turistas de China continental con un alto poder adquisitivo, hace que Hong Kong sea un mercado con un gran dinamismo comercial, muy atractivo para las firmas de todo el mundo.

Se ha realizado una división de los artículos que engloba el sector de la marroquinería y piel para analizar la demanda de cada tipo de producto, dada su gran variedad.

1. ARTÍCULOS Y BOLSOS DE VIAJE

Una de las variables que incide sobre la demanda de artículos de viaje es el número de desplazamientos que realizan las personas. Con el incremento de la renta per cápita en China continental y la mayor facilidad para la obtención de visados, la tasa de crecimiento del número de turistas chinos es la más alta del mundo. Además, no solo viajan por motivos de ocio sino que en los últimos años, como consecuencia del incremento de la actividad comercial en China, los viajes de negocio se están incrementando considerablemente. Todo esto, unido a que los turistas chinos acuden a Hong Kong a comprar artículos de lujo, entre los que también se encuentran maletas y bolsos de viaje, hace que las perspectivas de la demanda de estos artículos sean muy positivas.

Los consumidores de artículos de viaje cada vez valoran más la comodidad y la funcionalidad, aunque siguen teniendo en cuenta que el producto tenga un diseño novedoso. Según la US Travel Goods Association, cada vez son más populares las maletas de mano. La tendencia de los consumidores a transportar únicamente estas maletas ha hecho que se desarrolle toda una industria alrededor de ellas. La introducción de dos ruedas en la mayoría de estos modelos ha sido una de las novedades en la última década y que en los últimos años ha evolucionado a cuatro ruedas que permiten girar 360 grados. En esta línea de funcionalidad, se han desarrollado artículos de viaje especializados para personas zurdas y maletas con un sistema de absorción de impactos en las ruedas para adaptarse a las superficies y lograr un mejor rodamiento.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

En los últimos años se han introducido nuevos tejidos y materiales, tales como la microfibra de lana, mezclas de nylon y poliéster fruncidos, piel de ante, etc. En la actualidad, muchos consumidores prefieren bolsos y artículos de viaje de menor coste y más sencillos, de cubierta blanda, en lugar de bolsos y artículos de viaje de cubierta dura.

Los estilos y colores de los bolsos de viaje también siguen la línea de la industria de la moda y dado el alto ritmo de viajes de una gran parte de la población, se han convertido en un elemento esencial en la vida diaria de estas personas. Así, como se han convertido en accesorios de moda, su ciclo de vida se ha reducido considerablemente y ha hecho que continuamente se lancen novedades en el mercado.

2. ARTÍCULOS DE MODA EN PIEL Y PELETERÍA

Dentro de Asia, Hong Kong, Corea y Japón son los principales centros de exhibición de la moda en piel y peletería. Los productos de piel cada vez se conciben más como productos de moda para el público general, mientras que antes estaban más limitados a un público de mayor edad y con mayores ingresos económicos. En Hong Kong, aparte de ciertos nichos de mercado centrados en productos de lujo, los diseñadores se están orientando hacia artículos más sencillos y asequibles. Además, también se espera que la piel se use como adorno para realzar las tendencias de nuevas colecciones de moda.

En los últimos años, los efectos de la crisis han hecho que algunos consumidores en lugar de comprar nuevas prendas de piel, prefieran arreglar y re-estilizar los artículos de piel que ya poseen.

Por último, Hong Kong es una región con altas temperaturas durante gran parte del año. Por este motivo, las prendas de piel que usan los consumidores locales tienden a ser más ligeras y versátiles que en los países occidentales. Además, dada la creciente concienciación de la población local sobre asuntos medioambientales y los derechos de los animales, algunos consumidores optan por comprar productos que cumplan con los estándares de fabricación o incluso por las pieles sintéticas.

3. PRODUCTOS TERMINADOS DE CUERO

Los consumidores hongkoneses demandan artículos de cuero sencillos y sin adornos. Incluso, en los últimos años se llega a admitir el uso del cuero con vestimenta formal, lo que está potenciando la venta de zapatos y bolsos de cuero con los que combinar. Así, los productos de cuero se ven principalmente como accesorios.

En la actualidad, las características generales que busca la población local en las prendas de cuero son la permeabilidad, la elasticidad y la fortaleza. En el caso del calzado, la elegancia y durabilidad tienen un papel importante mientras que en las prendas de vestir, además de la elegancia, los consumidores se inclinan por la suavidad.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Algunos importadores de calzado infantil han empezado a comprar productos que no contengan cromo y que hayan sido fabricados con técnicas menos perjudiciales para el medio ambiente como es el caso del uso de tintes vegetales.

4. TENDENCIAS DEL SECTOR

Hong Kong es uno de los lugares del mundo con una mayor penetración de *smartphones* y *tablets* en la población. Así, el mercado de las fundas de estos dispositivos y similares ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años y se espera que continúe. Esto está cambiando los hábitos locales de compra de productos del sector de piel y marroquinería. Ejemplo de ello son las fundas para los *smartphones*, que incluyen tarjetero y billetera haciendo que en muchos casos se prescindiera de la cartera tradicional. Además de los consumidores individuales, muchas empresas encargan y personalizan con sus logos estas fundas y las utilizan como regalo de empresa. Esto genera un mercado que se renueva constantemente, ya que cada nuevo dispositivo electrónico tiene un tamaño diferente.

Debido al incremento del número de viajeros, otra de las tendencias en la industria de la piel y marroquinería es la incorporación de tecnología y materiales que proporcionan una mayor seguridad en los artículos de viaje. De esta forma, se han introducido nuevos materiales para cables, tirantes, cerraduras o candados en las maletas, bolsos, fundas de cámaras fotográficas, etc. En esta línea, también se están demandando con más frecuencia artículos diseñados para bloquear cualquier tipo de transmisión de información personal que se pueda tener en las tarjetas de crédito o dispositivos electrónicos.

Por último, los productos sostenibles y ecológicos son cada vez más populares entre los consumidores locales. Una de las principales novedades en este sentido es la fabricación de pieles reciclables. Otro avance importante en la industria es el desarrollo de la tecnología Easy White Tan que permite tiempos de producción más reducidos y un menor consumo de agua y productos químicos en el proceso de fabricación de artículos de cuero.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Hong Kong es una región en la que existen diferentes gamas de productos de marroquinería y piel que se venden en zonas diferenciadas. Así, en el área de Mongkok se pueden encontrar productos terminados cuyos precios oscilan entre los 5 USD y 70 USD mientras que las tiendas de Central, Causeway Bay y Canton Road ofrecen artículos cuyos precios pueden llegar a superar fácilmente los 1000 USD. En este sector los precios pueden ser muy diferentes puesto que existen multitud de productos terminados en una amplia gama de materiales.

Los principales factores que inciden en el precio de los artículos del sector son el material utilizado, el diseño y, por supuesto, la marca. Además, es importante tener en cuenta que el precio de los alquileres de los locales comerciales en Hong Kong es de los más altos del mundo y que también es necesario realizar una gran inversión publicitaria debido a la fuerte competitividad existente en el sector. No obstante, los productos del sector de la marroquinería y piel procedentes de otras regiones no se gravan con ningún tipo de arancel a la importación debido al estatus de puerto franco que tiene Hong Kong. Tampoco están sujetos a ningún impuesto sobre el consumo como por ejemplo el IVA.

Los artículos procedentes de los países europeos, sobre todo los de Francia e Italia suelen posicionarse por precio en el segmento *premium* del mercado. Junto a estos también se posicionan algunas marcas de Estados Unidos que han conseguido establecerse de manera satisfactoria en el mercado. Las tiendas suelen estar situadas en Landmark (Central), Pacific Place (Admiralty), Lee Gardens (Causeway Bay) y Canton Road (Tsim Sha Tsui).

En el segmento alto se posicionan además de artículos franceses e italianos, algunos productos procedentes de España, Reino Unido, Alemania y Suiza. Estos productos se suelen encontrar en tiendas situadas en Central, Causeway Bay y Tsim Sha Tsui.

Junto a ciertos artículos europeos, en el segmento medio se encuentran aquellos productos que tienen como origen países asiáticos como China continental, India, Tailandia o Indonesia. Estos productos se pueden encontrar en tiendas distribuidas por toda la geografía hongkonesa.

Por último, estos países asiáticos son los que también proporcionan productos al segmento bajo del mercado. Se suelen vender principalmente en las zonas de Wan Chai, Mong Kok y Nuevos Territorios.

V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En una entrevista realizada en 2005 a Fernando Gutiérrez, secretario general de ASEFMA - Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería, Artículos de Viaje y Afines - publicada en la revista El Exportador² digital, el secretario afirmaba que las marcas de moda europeas que no estén en China dentro de diez años apenas tendrán hueco en el mercado internacional. En la opinión de Gutiérrez, el eje Pekín-Shanghái-Hong Kong es el punto clave para entrar al mercado chino, siendo Hong Kong la principal puerta de entrada al mercado chino.

Ocho años más tarde, se puede afirmar que España ha entrado en el mercado hongkonés de la marroquinería y piel como prueba el hecho de ser el cuarto proveedor de artículos de viaje y de maletines y maletas de cuero con un 20% y un 16,7% de cuota de mercado respectivamente, siendo solo superado por Francia, Italia y China continental. En estos últimos ocho años, España ha conseguido mantener la calidad de sus productos, lo que le ha servido para ocupar una posición relevante en el panorama internacional; sin embargo, algunos de los problemas detectados en 2005 siguen vigentes hoy en día.

Por un lado, España tiene una falta de imagen país en este sector si se compara con países como Francia e Italia. Gran parte de esta situación se debe a que no hay una marca reconocida internacionalmente que funcione como estandarte. Una de las marcas de origen español que cumple con estas características es Loewe. Sin embargo, la marca ya no es de propiedad española puesto que fue adquirida en 1996 por el grupo Louis Vuitton Moët-Hennessy, si bien mantiene “Madrid” como parte de su denominación comercial. Balenciaga también posee un gran reconocimiento en el sector. No obstante, también forma parte del grupo francés Kering.

Por otro lado, las marcas españolas son mucho menos conocidas que las de sus competidores franceses e italianos. La calidad de los productos de piel españoles son comparables a la ofrecida por Francia e Italia. Sin embargo, a pesar de que esta calidad está reconocida por el consumidor, el mercado hongkonés es muy marquista, de modo que los productos españoles no pueden competir en igualdad de condiciones sin una marca que los promueva.

² http://www.el-exportador.com/022005/digital/mercados_consumo.as

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

A pesar de estos dos condicionantes y de que el consumidor final hongkonés no tiene una imagen clara de los productos de marroquinería y piel españoles, España está bien posicionada dentro del mercado hongkonés. Esta situación se puede aprovechar y mejorar haciendo un mayor hincapié en la publicidad para poder consolidar los nombres de las marcas españolas en el mercado local y chino. De esta forma, los consumidores que basan su decisión de compra en las marcas, como es el caso de gran parte de los turistas de China continental, optarían en mayor medida por los artículos españoles. Además de esto, algunas empresas fabricantes españolas llevan más de veinte años participando en ferias como la Hong Kong APLF Fashion Access - MM&T lo que ayuda a promocionar la imagen de marca país.

Si se tienen en cuenta todos estos factores, se puede considerar que España tiene posibilidades tanto en el mercado hongkonés como en el mercado chino en el segmento medio-alto. El segmento bajo está saturado por los productos chinos y asiáticos, con los que es imposible competir en precios (de hecho, España ha dejado en los últimos años de fabricar esta gama de productos, ya que no es rentable), mientras que el segmento alto y de lujo está controlado por las grandes marcas francesas e italianas como Armani, Gucci, Hermès, Louis Vuitton, Burberry, Prada o Salvatore Ferragamo.

ICEX

VI. DISTRIBUCIÓN

Muchas empresas multinacionales han elegido Hong Kong como su base de distribución para China continental y el Sudeste Asiático, lo que hace del territorio hongkonés un centro logístico de primer orden mundial. Además, en el sector de la piel y la marroquinería la Región Administrativa Especial ha tenido un papel comercial muy importante desde hace ya varias décadas lo que le ha permitido consolidar su red de distribución.

La mayor parte de las empresas de piel hongkonesas son de tamaño medio y producen para mercados europeos, norteamericanos y japoneses bajo la fórmula denominada *Original Equipment Manufacturing*³ a través de las fábricas que han establecido en China continental. Es importante resaltar también que cada vez más fabricantes locales desarrollan sus propios diseños y establecen sus propias marcas, aunque la mayoría de ellos todavía prefieren vender sus productos directamente a importadores y distribuidores, que a su vez proveen al mercado minorista y mayorista. No obstante, algunas empresas hongkonesas como Goldlion, Crocodile Garments, Le Saunda, Mirabell, Staccato y Belle, que tienen sus propias marcas, han establecido también su propia red de distribución, llegando al consumidor final con tiendas en Hong Kong y otras regiones.

Aparte de la venta por internet, que supone una facturación mucho menor que la comercialización física, la distribución minorista de productos de piel y marroquinería en Hong Kong cuenta con los siguientes tipos de puntos de venta.

Grandes almacenes

En Hong Kong hay grandes almacenes de talla mundial procedentes de diversos países. Los más populares entre la población de Hong Kong son Wing On, Sincere, Lane Crawford, Sogo, Harvey Nichols y Marks & Spencer. Algunos de estos grandes almacenes se suelen situar en los numerosos centros comerciales que hay por toda la ciudad. En ellos se pueden encontrar desde restaurantes a boutiques exclusivas y hacen gala de llamativos escaparates. Los grandes almacenes más importantes suelen tener departamentos especializados de compras para importar los productos directamente.

³ Productos manufacturados que son comprados por una empresa distribuidora que los comercializa bajo su propia marca.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Tiendas de marca

Generalmente son tiendas de marcas de lujo como Gucci, Armani, Marc Jacobs, Mulberry, Salvatore Ferragamo, Hermès, Louis Vuitton, Miu Miu, Prada, Coach, Chanel, etc. Suelen localizarse en las zonas de Central, Causeway Bay y Tsim Sha Tsui tanto en tiendas pequeñas a pie de calle como en los mejores centros comerciales (Pacific Place, Times Square, Landmark, etc). Además de las marcas de lujo, también existen otras tiendas que venden productos orientados a un segmento medio o medio-alto.

Fashion boutiques

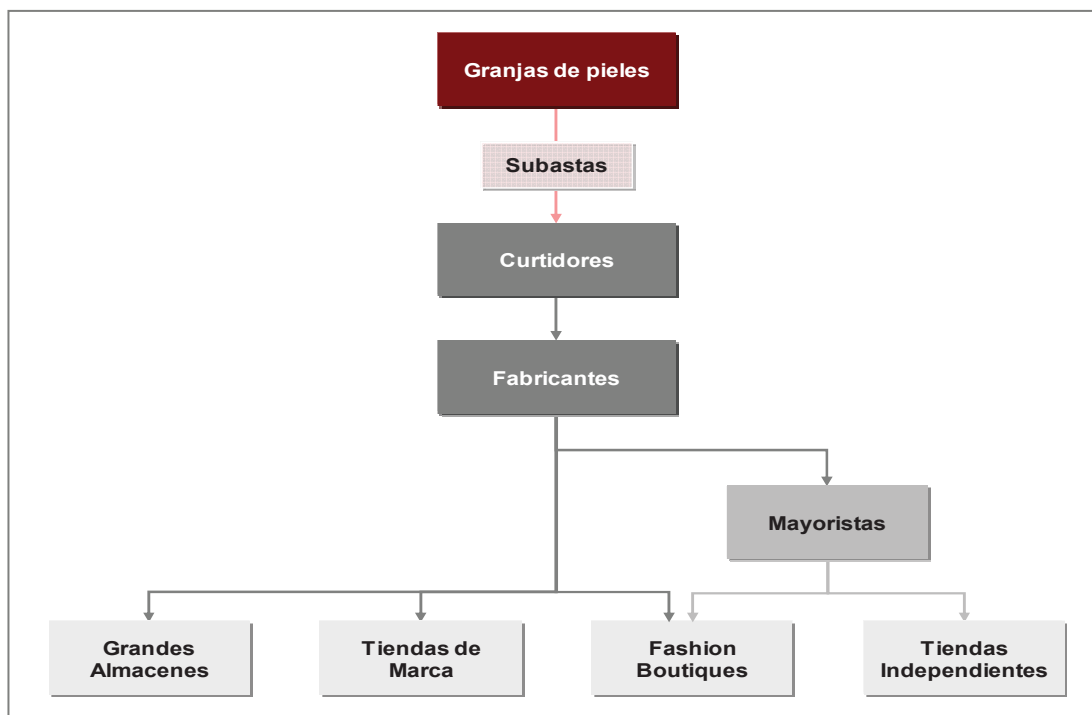
Además de prendas de vestir de piel, en estos establecimientos se venden todo tipo de productos relacionados con el cuero y la marroquinería. Así, se pueden encontrar zapatos bolsos, cinturones y otros complementos. Tratan de ofrecer una solución global al consumidor y en muchas ocasiones tienen marcas propias, aunque también venden otras marcas como es el caso de la cadena I.T.

Tiendas tradicionales independientes

Hong Kong también cuenta con tiendas tradicionales independientes que venden artículos de piel y marroquinería de gama media y alta. Este tipo de tiendas se pueden encontrar repartidas por todo el territorio en función de la calidad de los productos que comercializan.

A continuación se presenta un esquema orientativo de la distribución en el sector de la piel y la marroquinería desde el primer momento de su elaboración.

Imagen 7: Esquema de la distribución.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Hong Kong Fur Federation.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

El proceso de distribución comienza en las granjas de pieles que se localizan principalmente en Dinamarca, Finlandia, Noruega, Rusia y Canadá. Es en estos lugares donde también se llevan a cabo las subastas de las pieles a las que acuden los curtidores y fabricantes para comprarlas. Entre los países curtidores más destacados destacan los países bálticos, Canadá, China, Francia, Alemania, Italia y Rusia. España se centra principalmente en el proceso de elaboración después del curtido junto con otros países como Canadá, China Grecia, Francia, Italia, Estados Unidos, Turquía y Rusia. Es importante resaltar que Hong Kong ejerce un papel importante en la distribución de las pieles aún no finalizadas, tanto para el mercado chino como para otros países de Asia donde se llevan a cabo los procesos de curtido, teñido, cortado, y tejido. Ante la falta de fábricas locales hongkonesas, este proceso de elaboración suele realizarse en China continental principalmente, como ocurre con muchos otros bienes de consumo. Una vez procesadas, los importadores hongkoneses adquieren las pieles en forma de productos terminados. Cuando los fabricantes extranjeros ya tienen los productos terminados, las tres vías principales para entrar en el mercado hongkonés son las siguientes:

- **Búsqueda de un agente.** Aunque este servicio supone un coste considerable, es probablemente la forma más utilizada para marcas poco conocidas o con volúmenes de venta reducidos. Esto se debe a que el agente conoce las características del mercado local a la perfección, tanto como que respecta a canales de distribución de los productos, gustos y preferencias del consumidor final, precios recomendados de venta, etc. La principal ventaja de contar con un agente en Hong Kong es que no solo se mantiene un mayor control de las ventas, sino que también asistirá al exportador en la promoción del producto, contactará con potenciales clientes, participará en ferias y demás eventos, y brindará colaboración en otras áreas.
- **Venta directa a mayoristas o a grandes almacenes.** En Hong Kong los principales actores que compran directamente a los fabricantes suelen ser los grandes almacenes como Lane Crawford, Sogo, Sincere, Wing On o Seibu. Las tiendas de marca también adquieren sus productos directamente de sus fábricas. Esto sucede también con los mayoristas que compran los productos en los diferentes centros de producción para luego distribuirlos por los puntos de venta.
- **Establecimiento de tiendas propias.** Hong Kong es uno de los mayores escaparates de moda y centros de distribución del mundo, por lo que la mayoría de marcas internacionales se encuentran presentes en este mercado. Esta forma de entrada tiene un coste mucho mayor debido principalmente a los altos precios de los alquileres de espacios comerciales en el territorio, por lo que suele estar limitada a las grandes marcas de lujo.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

IMPORTACIONES

La Región Administrativa Especial de Hong Kong es una zona franca donde no se aplica ningún tipo de arancel ni de restricción sobre las importaciones, excepto para algunos productos como tabaco, licores, hidrocarburos o alcohol medicinal. Además, no existen impuestos sobre la venta de productos de piel y marroquinería.

Convenio CITES

Hong Kong ratificó la Convención de Washington sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, también conocida como CITES. El acuerdo restringe o prohíbe, según el caso, la importación de productos que contengan piel de determinadas especies contenidas en los apéndices de la convención. Este convenio internacional fue firmado por 177 países, entre los que se encuentran la Unión Europea, EEUU, Japón o China.

En el Apéndice I del acuerdo se hace referencia a aquellas especies en peligro inmediato de extinción, y que por tanto no pueden ser comercializadas. El Apéndice II se refiere a aquellas especies que requieren medidas internacionales para evitar estar en peligro de extinción. Por último, en el Apéndice III se incluyen especies que están protegidas al menos en un país, el cual ha solicitado la colaboración de terceros países en la CITES para controlar su comercio. Para todas las especies contenidas bien en el Apéndice II o en el Apéndice III, los importadores deben presentar un certificado de exportación y un certificado de origen emitido por las autoridades competentes de cada país.

Entre otras especies, esta regulación afecta a ciertas clases de piel de lagarto, cocodrilo, iguana, serpiente pitón y otros reptiles de menor importancia comercial.

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

ACUERDO CEPA

El CEPA (Closer Economic Partnership Agreement) es un acuerdo de libre comercio de mercancías y servicios entre Hong Kong y China bajo ciertas condiciones de reglas de origen y trámites burocráticos. Se firmó en el año 2003 y entró en vigor en enero de 2004. Desde entonces, se han añadido nueve suplementos. En la primera fase del CEPA, China concedió a una serie de productos con origen de Hong Kong, el tratamiento de “*zero tariff*” (libre de aranceles). Para ello tienen que cumplir con las reglas de origen y los trámites burocráticos establecidos en el tratado. Entre 2006 y 2008, cuando entró en vigor la segunda fase, se produjeron importantes incrementos en el volumen de comercio registrado, ya que se añadieron la gran mayoría de categorías de productos. Con el noveno suplemento, en vigor desde enero de 2013, el número de productos elegibles ha pasado de los 273 iniciales a los 1.739 actuales. En enero de 2014 entrará en vigor el décimo suplemento que se centra principalmente en sectores de servicios. Las normas de origen para las partidas de pieles, marroquinería y otras categorías se encuentran en el siguiente link: http://www.tid.gov.hk/english/cepa/tradegoods/files/mainland_2013.pdf

No obstante, es importante señalar que el CEPA solo cubre los aranceles de importación. El IVA y otros impuestos domésticos de China no se encuentran incluidos en la exención.

ICEX

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Hong Kong International Fur and Fashion Fair

Frecuencia: Anual

Fecha: 25-26 de febrero de 2014

Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Organizador: Hong Kong Fur Federation

Website: <http://www.hkff.org/furFair.php>

Cashmere World

Frecuencia: Anual

Fecha: 25-27 de septiembre de 2013

Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Organizador: UBM Asia y CFNA

Website: <http://www.cashmereworldfair.com/>

Materials, Manufacturing & Technology (MM&T)

Frecuencia: Anual

Fecha: 31 de marzo – 2 de abril de 2014

Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Organizador: APLF Limited, UBM Asia.

Website: <http://www.mmt.aplf.com/>

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Fashion Access

Frecuencia: BIANUAL
Fecha: 25-27 de septiembre de 2013, 31 de marzo – 2 de abril de 2014
Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre
Organizador: APLF Limited, UBM Asia.
Website: <http://www.fashionaccess.aplf.com/>

Prime Source Forum

Frecuencia: ANUAL
Fecha: 1-2 de abril de 2014
Lugar: Hong Kong Convention and Exhibition Centre
Organizador: APLF Limited.
Website: <http://www.primesourceforum.com/>

2. ASOCIACIONES

Hong Kong Fur Federation

Room 1203-4, Chevalier
Tel: (852) 2367 4646
Fax: (852) 2739 0799
E-mail: fur@hkff.org
Website: www.hkff.org

Hong Kong Hide & Leather Traders Association Ltd

Unit B, 3rd floor, Capital Commercial Building, 446-448, Shanghai Street, Mongkok, Kowloon, Hong Kong.
Tel: (852) 2388 7644
Fax: (852) 2783 0804
Email: info@leatherassn.com
Website: <http://www.leatherassn.com>

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Hong Kong Footwear Association

Building A, 2/F Kar Tseuk Building, 185 Prince Edward Road, Kowloon, Hong Kong

Tel: 2381 2297

Fax: 2397 6927

E-mail: hkfootwear@netvigator.com

Website: <http://www.hkfootwear.org>

The Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel

R906-08, Shirley Chan Building, Hong Kong Polytechnic University, Kowloon, Hong Kong

Tel: (852) 2627 0180

Fax: (852) 2364 2727

E-mail: info@hkrita.com

Website: www.hkrita.com



Oficina Económica y Comercial de España en Hong Kong

2004, Tower One, Lippo Centre, 89 Queensway, Hong Kong.

Tel: (852) 2521 7433

Fax: (852) 2845 3448

Email: hongkong@comercio.mineco.es

<http://www.oficinascomerciales.es>

Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)

38th Floor, Office Tower, Convention Plaza, 1 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong

Tel: (852) 1830 6688

Fax: (852) 2824 0026

Email: exhibitions@hktdc.org

<http://www.hktdc.com/>

EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Hong Kong General Chamber of Commerce

22/F United Centre, 95 Queensway, Hong Kong

Tel: (852) 2529 9229

Fax: (852) 2527 9843

Email: chamber@chamber.org.hk

<http://www.chamber.org.hk>

Hong Kong Convention and Exhibition Centre

Hong Kong Convention & Exhibition Centre, 1 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong

Tel: (852) 2582 8888

Fax: (852) 2801 0000

<http://www.hkcec.com>

