



Estudios de Mercado

# El mercado de la Marroquinería y la Piel en Hong Kong Octubre 2014

Este estudio ha sido realizado por  
Miguel Pedreño Roca, bajo la supervisión de la  
Oficina Económica y Comercial  
del Consulado General de España en Hong Kong

## ÍNDICE

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 1. RESUMEN EJECUTIVO                 | 3  |
| 2. DEFINICIÓN DEL SECTOR             | 5  |
| 3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES | 7  |
| 4. DEMANDA                           | 17 |
| 5. PRECIOS                           | 22 |
| 6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL   | 26 |
| 7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN           | 27 |
| 8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS        | 30 |
| 9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR           | 32 |
| 10. OPORTUNIDADES                    | 33 |
| 11. INFORMACIÓN PRÁCTICA             | 34 |

# 1. RESUMEN EJECUTIVO

Hong Kong es un mercado interesante para las empresas de marroquinería y piel. Cuenta con una población de 7,2 millones de habitantes que poseen una de las rentas per cápita más altas de Asia (38.055 USD), y recibe anualmente a más de 54 millones de turistas (en su mayoría de China continental) que tienen entre sus objetivos principales realizar compras de bienes de lujo.

Durante 2013, las exportaciones de piel y marroquinería a Hong Kong han seguido la senda trazada durante el año anterior, así las exportaciones de piel ascendieron a 6.667 millones de dólares americanos y superaron a las de marroquinería; en cambio, estas últimas, por segundo año consecutivo, experimentaron un crecimiento negativo y bajaron hasta los 5.547 millones de dólares.

La producción de marroquinería y piel es reducida: el HKTDC señala que existen tan solo diez empresas que dan empleo a sesenta trabajadores. Este hecho se explica porque la producción se ha trasladado a China continental, concretamente a la provincia vecina de Cantón. No obstante, las empresas siguen teniendo su centro de compras y distribución en Hong Kong, muestra de ello son las cifras de re-exportación que se registran. En el caso de la marroquinería, las re-exportaciones son superiores a las importaciones y en 2013 fueron de 5.871 millones de dólares americanos; las de pieles no fueron tan elevadas pero alcanzaron los 4.322 millones.

Los principales países proveedores de Hong Kong varían en función de si se trata de producto acabado (marroquinería) o productos intermedios (pieles). Las importaciones de marroquinería están dominadas por tres países: China continental, con más del 50% de la cuota de mercado, Italia con el 23,5% y Francia con el 15,7%. Las importaciones de pieles no están tan concentradas, siendo los principales suministradores: Italia (20,1%), India (10,9%), Corea del Sur (8,1%), China continental (7,9%) y Brasil (6,6%).

La exportación española durante 2013 tuvo un comportamiento positivo. Las exportaciones de marroquinería se situaron en cuarta posición con un crecimiento del 31,8% respecto a 2012, que se tradujo en más de 200 millones importados y una cuota de mercado del 3,7%. Las exportaciones de pieles, por su parte, experimentaron un descenso del 3,4%, situándose en decimocuarta posición con un 1,7% de la cuota de mercado y 60 millones de dólares importados.

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

Hong Kong es un mercado dinámico, muy receptivo a acoger las nuevas tendencias y puerta de entrada a China continental. Es un mercado especialmente interesante para la marroquinería de alta gama ya que la Región cuenta con una gran disponibilidad de rentas altas a las que hay que sumar el gran número de turistas que recibe de China continental de gran poder adquisitivo (el 72% de los cuales visita Hong Kong para realizar compras de lujo). Por otra parte, la importancia de Hong Kong en el mercado de la piel viene dada por ser un centro de distribución, por lo que concentra a un gran número de traders.

El exportador español de marroquinería o pieles, de cara a fijar sus precios, debe de tener en cuenta que en Hong Kong no existen aranceles que graven estos productos y que sobre los mismos no se aplica ningún impuesto indirecto. Por lo tanto, el precio de venta al público solo vendrá condicionado por los márgenes comerciales aplicado por los intermediarios en la cadena de distribución.

La imagen de los productos españoles en el sector es buena, percibiéndolos como productos con una excelente relación calidad-precio; sin embargo, las marcas españolas siguen siendo menos conocidas que las de otros países europeos como Francia o Italia.

Los canales de distribución de los artículos de marroquinería varían en función del segmento de consumidores al que se dirigen los productos. Las principales marcas internacionales, dirigidas al segmento con mayores ingresos, cuentan con tiendas propias; las marcas enfocadas en un segmento medio optan por tiendas multimarca, espacios propios en grandes almacenes o centros comerciales; por último, existe una gran cantidad de productos procedentes de China continental, muy competitivos en precio, dirigidos al segmento de menores ingresos y que se sitúan en mercadillos o tiendas próximas a los grandes centros de compra (Central, Causeway Bay, Tsim Sha Tsui y Mongkok). En el caso de las pieles, el principal cliente de los exportadores españoles son los traders que tienen su base en Hong Kong, siendo las ferias del sector la mejor oportunidad para entrar en contacto con ellos.

La importación y re-exportación de productos de marroquinería y piel a Hong Kong no presenta dificultades técnicas. Sin embargo, debe de tenerse en cuenta que Hong Kong ratificó la Convención de Washington (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres), que restringe o prohíbe, según el caso, la importación de productos que contengan piel de determinadas especies.

Por último, se debe señalar que las perspectivas del sector son positivas. Por un lado, Euromonitor prevé un crecimiento del 4% para el periodo 2012-2017; por otro, se vislumbran oportunidades derivadas del interés de los consumidores hongkoneses por acceder a nuevas variedades y productos que les aporten diferenciación.

## 2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

### 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

En este estudio se pueden encontrar dos tipos muy diferenciados de bienes: por un lado, productos de marroquinería (productos finalizados); y, por otro, pieles y cuero, y peletería.

#### Productos finalizados: Marroquinería

Marroquinería. Dentro de la marroquinería se pueden distinguir una serie de subsectores. La ASEFMA (Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería y Productos de Viaje) identifica los siguientes:

- Bolsos de todo tipo, tanto para señora como para caballero
- Pequeña marroquinería: billeteros, monederos, llaveros, carteras de mano, tarjeteros, portafolios, porta-retratos, pitilleras y pureras, fundas de gafas, agendas de sobremesa y bolsillo
- Cinturones para señora y caballero
- Álbumes porta fotos, marcos, artículos de regalo, cueros repujados y artísticos, cubiertas para libros
- Paraguas, sombrillas y parasoles
- Estuches, tabaqueras, joyeros, neceseres, botiquines, costureros, juegos de escritorio, ficheros clasificadores, licoreras de viaje, etc.
- Guarnicionería, artículos para perros, caza, pesca y equitación
- Carteras de mano, portafolios y ataches
- Artículos de viaje: maletas, maletines, bolsas de deporte, campo y playa, carros de compra
- Guantes en general

Las partidas arancelarias que recogen estos productos son la 4202 y el 4203 (de este último código, concretamente los apartados 4203 10 y 4203 30, que hacen referencia a “guantes, mitones y manoplas” y “cintos, cinturones y bandoleras”, respectivamente).

## Pieles

Dentro de este apartado, se diferenciará a lo largo del estudio entre dos tipos de pieles:

Pieles y cueros que no incluyen la peletería (aquellas pieles que sirven principalmente para fabricar productos de marroquinería y zapatos) (partida 41).

Peletería en bruto y peletería curtida o adobada (aquellas pieles que sirven principalmente para fabricar prendas y accesorios de vestir de peletería) (partidas 4301 y 4302).

## 2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias correspondientes a los productos sobre los que se realiza este estudio son las siguientes:

|   |  |
|---|--|
| <b>Marroquinería</b>                      | HS: <b>4202</b> (Manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares)   |
|   | HS: <b>420321</b> y <b>420330</b> (Guantes, mitones y manoplas; Cintos, cinturones y bandoleras)   |
| <b>Pieles y cueros<br/>(no peletería)</b> | HS: <b>41</b> (Pieles, excepto la peletería, y cueros)   |
| <b>Peletería</b>                          | HS: <b>4301</b> (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)               |
|   | HS: <b>4302</b> (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) |

# 3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

Hong Kong tiene una población de más de 7,2 millones de habitantes que cuentan con una de las rentas per cápita más altas de Asia (38.055 USD); además, recibe un elevado número de turistas (más de 54,2 millones durante 2013, en su mayoría procedentes de China continental), lo que la convierte en uno de los mejores escaparates de la zona, especialmente en el ámbito de la moda.

No existen datos oficiales sobre producción local, aunque se estima que no es muy elevada. El Hong Kong Trade Development Council (en adelante, HKTDC) señala que solo quedan 10 establecimientos dedicados a la fabricación de artículos de cuero que emplean a 60 trabajadores y se destinan a atender pequeños pedidos. Esto se debe a que la mayoría de empresas hongkonesas han trasladado su producción a China continental por razones de espacio y de abaratamiento de costes.

A continuación, se muestran las tablas de importación y exportación (producción local y re-exportación) de marroquinería y de pieles (bienes aún no finalizados). Los datos de consumo aparente no se han incluido al no tener datos de producción local.

### 1.1. Marroquinería

**Tabla 1. Importación/Exportación Marroquinería en valor, millones de USD**

| Millones USD     | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | Crec. 2012 | Crec. 2013 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|------------|
| Importaciones    | 4.049 | 4.740 | 5.800 | 5.677 | 5.547 | -2%        | -2%        |
| Re-Exportaciones | 5.133 | 5.620 | 6.395 | 6.386 | 5.871 | 0%         | -8%        |
| Export. Domest.  | 2     | 2     | 2     | 2     | 2     | -26%       | -15%       |

Fuente: Hong Kong External Merchandise Trade

Se observa que, durante todo el periodo analizado, el valor de las re-exportaciones es superior al de las importaciones. Esta circunstancia se podría explicar por una venta de stock acumulado en años anteriores, pero dada la continuidad que reflejan los datos, la explicación debe de encontrarse en los mayores precios de venta que los *traders* aplican sobre los precios de importación.

Las exportaciones domésticas apenas representan un 0,04% del total de exportaciones. Este dato viene a corroborar lo que se ha comentado sobre la producción local, que es muy reducida. Por lo tanto, la práctica totalidad de exportaciones hongkonesas son re-exportaciones. Así, señala el

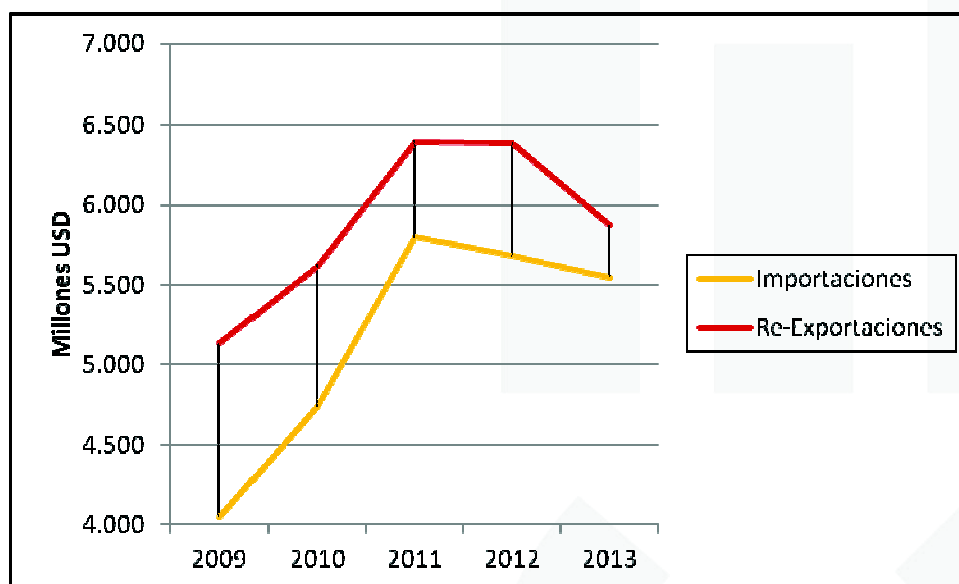


## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

HKTDC, a pesar de que la industria ha perdido peso en la economía hongkonesa, las empresas mantienen su base en Hong Kong, donde realizan los procesos de control de calidad, diseño, planificación de la producción y, sobre todo, distribución. Así, hay más de 2.700 empresas que emplean a más de 11.300 trabajadores dedicadas al comercio internacional de marroquinería y piel que han hecho que Hong Kong sea el mayor exportador del mundo de productos de alta peletería.

Por otro lado, se aprecia un cambio de tendencia a mitad del periodo: mientras las cifras de comercio crecieron desde 2009 hasta 2011, en los dos últimos años del periodo tanto las importaciones como las exportaciones han descendido. A continuación, se muestra el gráfico sobre la evolución de estas magnitudes. No se tienen en cuenta las exportaciones locales por representar un porcentaje mínimo del total.

**Gráfico. 1. Evolución Importación/Exportación Marroquinería, en valor**



Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

El gráfico muestra el comportamiento de las importaciones y las re-exportaciones en los últimos cinco años. Durante los primeros tres años las importaciones crecieron más que las re-exportaciones. En 2012, las importaciones bajaron y las re-exportaciones se mantuvieron constantes. Sin embargo, en el último año la caída de las re-exportaciones ha sido superior a la de las importaciones. La explicación a estos cambios puede encontrarse en fluctuaciones en los precios de las re-exportaciones o bien a cambios en los márgenes aplicados. En cualquier caso, posiblemente el consumo local de Hong Kong apenas esté jugando un papel relevante en esta evolución, sino que, simplemente, al ser Hong Kong un centro internacional de distribución, estas oscilaciones se deben a la evolución en el comercio con otros países.



## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

### 1.2. Pieles

Tabla 2. Importación/Exportación Pieles en valor, millones de USD

| Millones USD     | 2009  | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | Crec. 2012 | Crec. 2013 |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|------------|
| Importaciones    | 3.636 | 5.055 | 5.596 | 5.791 | 6.667 | 3%         | 15%        |
| Re-exportaciones | 2.687 | 3.401 | 3.680 | 3.799 | 4.322 | 3%         | 14%        |
| Expor. Dom.      | 1     | 1     | 17    | 22    | 35    | 28%        | 60%        |

Fuente: Hong Kong External Merchandise Trade

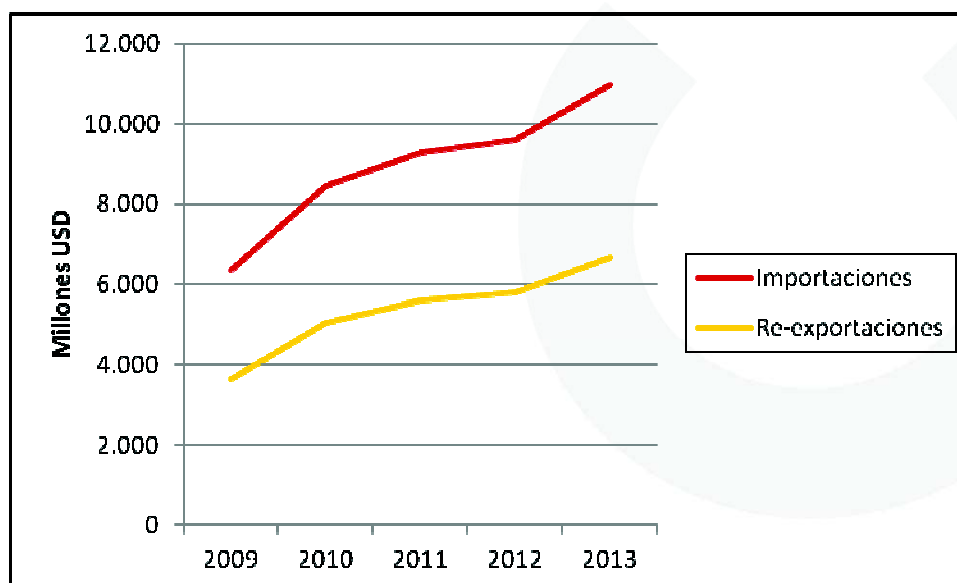
El mercado de las pieles en Hong Kong ha experimentado un gran crecimiento en los últimos cinco años. En concreto, las importaciones han aumentado un 83% y las re-exportaciones un 61%. Las exportaciones locales, aunque reducidas, han registrado crecimientos importantes en los últimos tres años. Como muestra del fuerte crecimiento experimentado, en 2009, el valor de las importaciones de pieles era inferior al de marroquinería; sin embargo, en 2013, las importaciones de pieles superaron en un 20% a las de marroquinería.

A diferencia de lo que sucede en el mercado de la marroquinería, las re-exportaciones no son superiores a las importaciones (Hong Kong es un importador neto de pieles). Las re-exportaciones representan un 65% de las importaciones.

Las exportaciones domésticas son muy reducidas y evidencian la escasa producción local de pieles que existe en Hong Kong. Sin embargo, han experimentado un ligero aumento durante los últimos tres años y en 2013 alcanzaron los 35 millones de dólares, con un aumento del 60% respecto al año anterior.

La siguiente gráfica informa de la evolución lineal de las reexportaciones y las importaciones.

Gráfico. 2. Evolución Importación / Exportación de Pieles, en valor



Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

En la gráfica se puede apreciar el crecimiento que están teniendo ambas magnitudes, siendo más importantes las cifras de importación que las de re-exportación. No obstante, la evolución se produce de forma paralela.

### 2. PRODUCCIÓN LOCAL

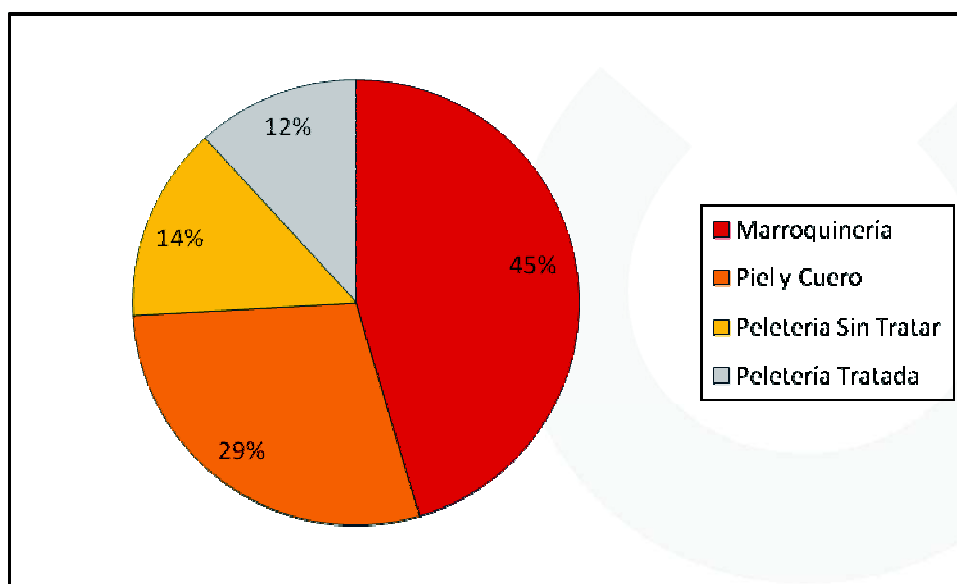
La producción local de marroquinería es muy reducida en Hong Kong. Señala el HKTDC que esta cifra tan reducida se debe a que la producción se ha trasladado a China continental, principalmente al centro del país y a la zona de Guangdong, para ahorrar costes y estar más cerca de las fábricas que proveen la materia prima.

Las empresas que aún realizan su producción en Hong Kong están coordinadas con fábricas en China continental, de las que obtienen productos intermedios (como, por ejemplo, hebillas o cremalleras) y están orientadas a un segmento medio-alto. No obstante, como se ha señalado, estas empresas son muy poco numerosas y su capacidad de producción es muy limitada, por lo que únicamente pueden asumir pequeños pedidos.

### 3. IMPORTACIONES

El total de importaciones en el sector de la marroquinería y pieles ascendió en 2013 a 12.214 millones de dólares americanos. Este dato supone un aumento de las importaciones de un 6,5% respecto a 2012. La importancia relativa, por valor de las importaciones, de los distintos productos se refleja en el gráfico siguiente:

Gráfico. 3. Importaciones de marroquinería y piel en valor



Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

Se observa que las importaciones de bienes finalizados (marroquinería) son las más importantes en valor, representando el 45% del total. Las importaciones de piel son superiores a las de peletería (sin tratar y tratada), aunque estas últimas están aumentando mucho en los últimos años.

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

A continuación se detallan los datos de importación de las partidas analizadas: marroquinería (4202, 4203 21 y 4203 30), pieles y cuero (41) y peletería sin tratar (4301) y peletería tratada (4302).

### Marroquinería

Tabla 3. Ranking de Proveedores de Marroquinería en valor (millones USD)

|              |               | 2012         |               | 2013         |               | Crec. 12-13 |
|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|-------------|
|              |               | M.USD        | Cuota Merc. % | M.USD        | Cuota Merc. % | %           |
| 1            | China cont.   | 3.043        | 53,6          | 2.894        | 52,2          | -4,9        |
| 2            | Italia        | 1.231        | 21,7          | 1.303        | 23,5          | 5,8         |
| 3            | Francia       | 1.024        | 18,0          | 869          | 15,7          | -15,1       |
| 4            | España        | 154          | 2,7           | 203          | 3,7           | 31,8        |
| 5            | Vietnam       | 27           | 0,5           | 41           | 0,7           | 51,9        |
| 6            | Corea del Sur | 11           | 0,2           | 24           | 0,4           | 118,2       |
| 7            | Indonesia     | 25           | 0,4           | 22           | 0,4           | -12,0       |
| 8            | Turquía       | 24           | 0,4           | 20           | 0,4           | -16,7       |
| 9            | Rumanía       | 7            | 0,1           | 20           | 0,4           | 185,7       |
| 10           | Tailandia     | 15           | 0,3           | 18           | 0,3           | 20,0        |
| <b>TOTAL</b> |               | <b>5.678</b> | <b>100</b>    | <b>5.547</b> | <b>100</b>    | <b>-2,3</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

Durante 2013, la importación de marroquinería se redujo un 2,3%. Los países que más se resintieron fueron China continental y Francia que suministraron un 4,9% y un 15,1% menos que el año anterior. Por su parte Italia y, sobre todo, España vieron aumentar sus exportaciones de marroquinería a Hong Kong. La importación española creció en casi 50 millones de dólares, lo que supuso un incremento del 31,8% respecto a 2012.

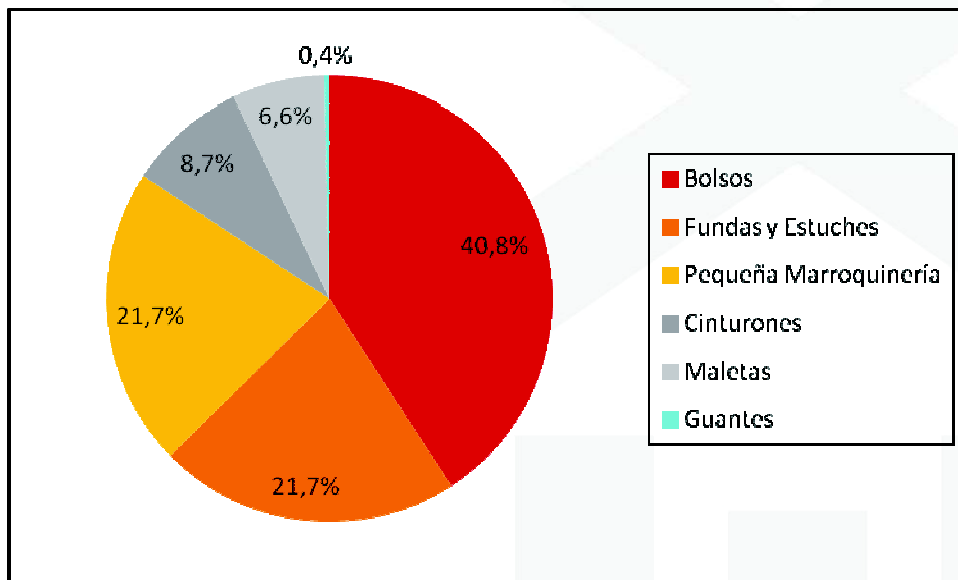
A pesar de las cifras de 2013, China es la principal suministradora de marroquinería a Hong Kong con más de la mitad de la cuota de mercado (52,2%). Este suministro es principalmente de marroquinería de gama media-baja. En segundo y tercer lugar se encuentran Italia y Francia, que con una cuota del 39,2% son los principales suministradores de productos de gama alta. España se sitúa en cuarto lugar, todavía lejos de las cuotas de Francia o Italia. La importación española en cuanto a calidad se asemeja a la de sus competidores europeos, pero con precios más bajos.

Debido a la escasa producción local, las importaciones suponen la práctica totalidad del mercado. Por lo tanto, a la vista de estos datos, se puede concluir que aproximadamente la mitad del mercado de marroquinería hongkonés es de gama media-baja, con precios bajos, siendo la otra mitad productos de gama media y superior.

Es interesante observar la distribución de las importaciones según el tipo de producto de marroquinería que se importa<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Maletas (420211, 420212, 420219); bolsos (420221, 420222, 420229); pequeña marroquinería (420231, 420232, 420239); fundas y estuches (420291, 420292, 420299); guantes (420321); cinturones (420330).

Gráfico. 4. Importación Marroquinería por tipo de producto, 2013



Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

Los productos de marroquinería más importantes en valor son los bolsos (40,8%). Las fundas y estuches y la pequeña marroquinería (carteras, monederos, llaveros) tienen la misma cuota de mercado y conjuntamente suman un 43,4% del total. El 15,7% restante corresponde a los cinturones, maletas y guantes.

## Piel y Cuero

Tabla 4. Ranking de Proveedores de Piel y Cuero en valor (millones USD)

|              |             | 2012         |             | 2013         |             | Crec. 12-13 |
|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
|              |             | M.USD        | Cuota Merc. | M.USD        | Cuota Merc. | %           |
| 1            | Italia      | 606          | 18,6        | 704          | 20,1        | 16,1        |
| 2            | India       | 363          | 11,1        | 380          | 10,9        | 4,9         |
| 3            | Corea Sur   | 249          | 7,6         | 283          | 8,1         | 13,8        |
| 4            | China cont. | 252          | 7,7         | 278          | 7,9         | 10,4        |
| 5            | Brasil      | 221          | 6,8         | 231          | 6,6         | 4,6         |
| 6            | Argentina   | 143          | 4,4         | 135          | 3,9         | -5,6        |
| 7            | Taiwán      | 145          | 4,5         | 131          | 3,7         | -9,7        |
| 8            | Pakistán    | 128          | 3,9         | 131          | 3,7         | 2,5         |
| 9            | Tailandia   | 107          | 3,3         | 122          | 3,5         | 14,4        |
| 10           | Bangladés   | 90           | 2,8         | 118          | 3,4         | 31,0        |
| 14           | España      | 63           | 1,9         | 60           | 1,7         | -3,4        |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>3.260</b> | <b>100</b>  | <b>3.503</b> | <b>100</b>  | <b>7,5</b>  |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

El mercado de las pieles está muy atomizado. En la cabeza de países proveedores de piel y cuero a Hong Kong se sitúa, como líder, Italia con una cuota del 20,1% del mercado, seguido de India, Corea del Sur, China continental y Brasil. De ellos, Italia, Corea del Sur y China continental aumentaron sus exportaciones a Hong Kong por encima de la media (7,5%), logrando acaparar mayor cuota de mercado.

España se situó en 2013 como el decimocuarto proveedor a Hong Kong. El valor de las exportaciones españolas alcanzó los 60 millones de dólares, aunque su cuota de mercado se vio reducida en dos puntos porcentuales (1,7%).

### *Peletería Sin Tratar*

**Tabla 5. Ranking de Proveedores de Peletería Sin Tratar en valor (millones USD)**

|              |             | 2012         |             | 2013         |             | Crec. 12-13  |
|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|              |             | M.USD        | Cuota Merc. | M.USD        | Cuota Merc. | %            |
| 1            | Dinamarca   | 894          | 65,7        | 1.118        | 65,0%       | 25,0%        |
| 2            | Finlandia   | 195          | 14,4        | 244          | 14,2%       | 24,9%        |
| 3            | Canadá      | 173          | 12,7        | 241          | 14,0%       | 39,8%        |
| 4            | EE. UU.     | 44           | 3,2         | 71           | 4,1%        | 62,7%        |
| 5            | P. Bajos    | 20           | 1,4         | 22           | 1,3%        | 9,6%         |
| 6            | Rusia       | 9            | 0,7         | 8            | 0,5%        | -7,6%        |
| 7            | China cont. | 7            | 0,5         | 7            | 0,4%        | 1,5%         |
| 8            | R. Unido    | 2            | 0,2         | 3            | 0,2%        | 26,2%        |
| 9            | Ucrania     | 5            | 0,4         | 2            | 0,1%        | -59,0%       |
| 10           | Alemania    | 4            | 0,3         | 2            | 0,1%        | -53,1%       |
| 16           | España      | 4            | 0,3         | 0            | 0,0%        | -99,3%       |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>1.362</b> | <b>100</b>  | <b>1.719</b> | <b>100</b>  | <b>26,2%</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

La piel utilizada en peletería procede en su mayoría de animales criados en granja. Las pieles más demandadas son el visón, el zorro, la marta, el turón blanco o negro, la chinchilla y la nutria. La mayor parte de la piel de animales criados en granja se produce en Europa, que tiene el 70% de la producción de visón y el 63% de zorro. Dinamarca y Finlandia son los mayores productores mundiales de visón y zorro, respectivamente.

Los principales proveedores a Hong Kong son Dinamarca, Finlandia y Canadá. El mercado está experimentando un gran crecimiento en los últimos años. Dinamarca es el líder indiscutible con el 65% de la cuota de mercado. Finlandia es el segundo país proveedor, con un 14,2% de la cuota.

En tercer lugar, y con crecimientos mayores que Dinamarca y Finlandia, se encuentra Canadá, cuya cuota de mercado ha aumentado mucho durante los últimos años (4 puntos en los últimos tres años). En 2013 Canadá logró un 14% de cuota de mercado, experimentando un crecimiento del 39,8% respecto al año 2012.

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

El papel de España no es muy relevante, y su flujo de exportación a Hong Kong es variable. Así, durante 2013 tan solo se exportó algo más de 27.000 dólares frente a los casi 4 millones que se registraron en 2012.

### *Peletería Tratada*

Tabla 6. Ranking de Proveedores de Peletería Tratada en valor (millones USD)

|              |             | 2012         |             | 2013         |             | Crec. 12-13  |
|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
|              |             | M.USD        | Cuota Merc. | M.USD        | Cuota Merc. | %            |
| 1            | China cont. | 1.065        | 91,1%       | 1.324        | 91,7%       | 24,3%        |
| 2            | P. Bajos    | 28           | 2,4%        | 34           | 2,3%        | 21,0%        |
| 3            | R. Unido    | 15           | 1,3%        | 14           | 0,9%        | -8,1%        |
| 4            | Dinamarca   | 8            | 0,7%        | 13           | 0,9%        | 63,7%        |
| 5            | Finlandia   | 6            | 0,5%        | 8            | 0,5%        | 42,7%        |
| 6            | Italia      | 9            | 0,7%        | 7            | 0,5%        | -14,6%       |
| 7            | Alemania    | 4            | 0,4%        | 6            | 0,4%        | 40,3%        |
| 8            | Francia     | 5            | 0,4%        | 6            | 0,4%        | 19,8%        |
| 9            | Grecia      | 4            | 0,3%        | 5            | 0,4%        | 45,6%        |
| 10           | España      | 3            | 0,2%        | 4            | 0,3%        | 46,2%        |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>1.169</b> | <b>100</b>  | <b>1.444</b> | <b>100</b>  | <b>23,5%</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

China es el proveedor del 91,7% de las pieles tratadas, mientras el resto de países tienen un papel poco relevante en la industria. Los Países Bajos son el segundo proveedor de estos bienes. España apenas tiene cuota de mercado (0,3%), siendo el décimo proveedor de Hong Kong.

## 4. RE-EXPORTACIONES

Hong Kong es un gran centro de re-exportación en el sector de la piel. De hecho, se calcula que por Hong Kong pasan entre el 70 y el 80% de las pieles mundiales<sup>2</sup>, procedentes de Italia, Dinamarca y China, en gran medida, y desde donde se envían a otros países.

El valor de las re-exportaciones de marroquinería y piel en 2013 superaron los 13.300 millones de dólares americanos, un 2,3% menos que durante el año anterior.

A continuación se expone el destino de estas re-exportaciones, detalladas por cada tipo de producto.

<sup>2</sup> Fuente: USDA Foreign Agricultural Services, 2010

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

**Tabla 7. Destino de las re-exportaciones de Marroquinería, en millones USD**

|              |             | 2011         | 2012         | 2013         |
|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 1            | EE. UU.     | 1.691        | 1.634        | 1.428        |
| 2            | China cont. | 826          | 706          | 697          |
| 3            | Japón       | 655          | 700          | 639          |
| 4            | Corea Sur   | 618          | 652          | 440          |
| 5            | Macao       | 238          | 333          | 394          |
| 6            | Italia      | 330          | 320          | 278          |
| 7            | R. Unido    | 236          | 231          | 203          |
| 8            | Francia     | 240          | 258          | 198          |
| 9            | Australia   | 146          | 177          | 195          |
| 10           | Alemania    | 218          | 167          | 177          |
| 15           | España      | 113          | 115          | 84           |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>6.395</b> | <b>6.386</b> | <b>5.871</b> |

Se observa que el destino principal de las re-exportaciones hongkonesas de marroquinería son los EE. UU., a los que se destinan el 24% de los artículos de marroquinería. China continental y Japón son el segundo y tercer destino respectivamente. La marroquinería hace referencia a productos finalizados que tienen como destino el consumidor final, de ahí que los países destinatarios sean las grandes economías de Asia-Pacífico, Europa y EE. UU.

A continuación, se muestran las re-exportaciones de bienes no finalizados.

**Tabla 8. Destino de las re-exportaciones de Piel y Cuero, y Peletería, millones USD**

| Piel y Cuero |             |              |              |              | Peletería Tratada y Sin Tratar |             |              |              |              |
|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
|              |             | 2011         | 2012         | 2013         |                                |             | 2011         | 2012         | 2013         |
| 1            | China cont. | 2.294        | 2.157        | 2.278        | 1                              | China cont. | 1.080        | 1.263        | 1.670        |
| 2            | Vietnam     | 114          | 169          | 95           | 2                              | Vietnam     | 8            | 13           | 51           |
| 3            | Taiwán      | 31           | 38           | 59           | 3                              | Alemania    | 8            | 6            | 9            |
| 4            | Indonesia   | 31           | 26           | 18           | 4                              | Italia      | 8            | 7            | 9            |
| 5            | India       | 10           | 14           | 15           | 5                              | Dinamarca   | 1            | 6            | 11           |
| 6            | Italia      | 15           | 14           | 13           | 6                              | Grecia      | 1            | 1            | 5            |
| 7            | Tailandia   | 7            | 8            | 10           | 7                              | Rusia       | 11           | 9            | 5            |
| 8            | Camboya     | 7            | 8            | 8            | 8                              | Turquía     | 3            | 4            | 4            |
| 9            | Bangladés   | 5            | 6            | 7            | 9                              | R. Unido    | 2            | 3            | 3            |
| 10           | Corea Sur   | 8            | 15           | 7            | 10                             | EE. UU.     | 1            | 0            | 3            |
| 19           | España      | 2            | 1            | 1            | 21                             | España      | 0            | 0            | 0            |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>2.545</b> | <b>2.477</b> | <b>2.541</b> | <b>TOTAL</b>                   |             | <b>1.135</b> | <b>1.322</b> | <b>1.781</b> |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

China continental es el principal país de destino de las reexportaciones hongkonesas de piel, cuero y peletería, tanto tratada como sin tratar, al que se destinan el 90% y el 94%, respectiva-



mente, de las mismas. Estos datos se corresponden con la tendencia apuntada sobre el desplazamiento de la función de fabricación de marroquinería a China continental por parte de las empresas, por motivos de coste.

### 5. COMPETIDORES

Al analizar los competidores, hay que distinguir entre los productos dirigidos al consumidor final (marroquinería) y los dirigidos a profesionales del sector.

Los productos de marroquinería, especialmente la de gama media-alta, encuentran en Hong Kong un mercado en el que la decisión de compra del consumidor está altamente orientada a la marca. Es por ello que las grandes marcas internacionales se concentran en la Región. Ejemplos de algunas de estas marcas son: Armani, Cartier, Chanel, Dior, Salvatore Ferragamo, Gucci, Hermes, Louis Vuitton, Miu Miu, Prada, Carolina Herrera, Guy Laroche, Balenciaga o Loewe.

La piel, el cuero y la peletería son productos intermedios cuya venta se dirige a profesionales del sector. Estos profesionales no se ven tan condicionados por la marca y sí por otros atributos como el precio o la calidad. El producto español es percibido como un producto de gran calidad a un precio muy competitivo. Por lo tanto, los competidores de los productos españoles son los procedentes de aquellos países que cuentan con el mismo posicionamiento en calidad, es decir, los países europeos como Francia o Italia.

# 4. DEMANDA

## 1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La industria de la piel, al igual que la del textil, está en permanente evolución ya que es muy susceptible a los cambios sociales, culturales y tecnológicos; por tanto, los consumidores valoran a las empresas que se adaptan rápidamente a estos cambios del entorno. En Hong Kong es especialmente importante que las empresas se adapten al mercado, ya que es el escaparate y puerta de entrada a China continental.

El consumidor de marroquinería es diferente al consumidor de piel: la marroquinería tiene como destino el consumidor final que realiza sus compras en establecimientos minoristas; mientras que los productos de piel y cuero, como productos intermedios, van dirigidos a profesionales de la industria para que sean finalmente transformados en bolsos, zapatos, cinturones, etc.

### Marroquinería.

Hong Kong es una de las regiones del mundo con una mayor proporción de millonarios; según el *Citibank*, la cifra de millonarios supera los 732.000, concentrados mayoritariamente en la isla de Hong Kong. Además, es uno de los destinos turísticos más importantes de la zona, con más de 54,2 millones de visitas durante 2013. Es especialmente importante el papel de los turistas de China continental, que superaron los 50 millones y visitaron Hong Kong principalmente para realizar compras de lujo (el 72%, según un estudio de KPMG<sup>3</sup>).

Esta gran disponibilidad de rentas altas en la región hace que Hong Kong sea una de las ciudades en las que más marroquinería de alta gama se compra de todo el mundo. Es un mercado enormemente marquista, en el que los consumidores están muy dispuestos a pagar un precio extra siempre que el producto esté respaldado por una imagen de calidad. No es de extrañar que los grandes grupos de moda como LVMH, Prada o Gucci hayan establecido sus tiendas insignia en Hong Kong.

Los consumidores con ingresos medios se decantan por realizar sus compras de marroquinería en pequeñas tiendas multimarca, de las que valoran que cuenten con una buena decoración y, sobre todo, que estén bien localizadas (por ejemplo, la zona del Soho, en Central). Dentro de este

<sup>3</sup> *Global Reach of China Luxury, KPMG, Enero 2013*

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

grupo de consumidores, destacan (según el HKTDC) las mujeres recién incorporadas al mercado laboral, ya que valoran el diseño por encima del precio en los artículos de marroquinería que adquieren. Por último, los consumidores con menores ingresos optan en su mayoría por adquirir artículos procedentes de China continental, muy competitivos en precio.

Hong Kong es un mercado muy dinámico debido a que los consumidores hongkoneses son muy abiertos a aceptar las nuevas tendencias. Así, los diseñadores frecuentemente lanzan nuevas propuestas, de forma simultánea a la presentación de las colecciones de ropa para la temporada; además, realizan una fuerte inversión en marketing como actos promocionales, publicidad en revistas y lugares públicos (estaciones de metro, autobuses o tranvías) o celebración de eventos con famosos.

### Piel

La importancia de Hong Kong en el mercado de la piel viene dada por ser el centro de operaciones de un elevado número de *traders*. Así, aunque la industria se ha trasladado a China continental, los centros de compras siguen estando en Hong Kong.

La industria se ha localizado en la vecina provincia de Cantón, donde se produce aproximadamente el 90% de la marroquinería china. A su vez, China continental ocupa el primer puesto mundial en términos de exportación y producción de calzado, maletas, bolsos y accesorios de cuero. Dentro de la provincia de Cantón, existen diferentes centros de producción muy especializados: en Shenzhen se producen zapatos y productos de cuero de calidad alta; la zona de Dongguan está especializada en la fabricación de zapatos para marcas internacionales; Huidong es una ciudad conocida por el calzado para señora, mientras Huadu se centra en fabricar maletas y bolsos de cuero.

La amplia mayoría de las fábricas son compañías de reducido tamaño, con una facturación por debajo de 500.000 euros. No obstante, están siendo absorbidas por grandes empresas. Las empresas más importantes son compañías privadas como Dah Cheong y Chanjiang, con base en Dongguan. Por otro lado, empresas públicas como Shanghai Light Industry Holding Company (Group), son también compradores a gran escala de cueros tratados, aunque normalmente adquieren productos de muy baja calidad.

En cuanto al tipo de piel, a continuación se muestra la Tabla 9, en la que se especifican las importaciones de piel y cuero a Hong Kong, por Taric, durante 2012 y 2013 (en millones de dólares americanos).

**Tabla 9. Importaciones de Piel y Cuero a Hong Kong por Taric, en millones de USD**

| Taric | Descripción  | 2012  | 2013  |
|-------|--|-------|-------|
| 4101  | Cueros y pieles en bruto, de bovino, incluido el búfalo, o de equino (frescos o salados, secos, encalados, piquelados o conservados de otro modo, pero sin curtir, apergaminar ni preparar de otra forma), incluso depilados o divididos | 126,4 | 137,8 |

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

|      |  |         |         |
|------|--|---------|---------|
| 4102 | Cueros y pieles en bruto, de ovino (frescos o salados, secos, encalados, piquelados o conservados de otro modo, pero sin curtir, apergaminar ni preparar de otra forma), incluso depilados o divididos, excepto los excluidos por la nota 1 c) de este capítulo                  | 13,5    | 6,7     |
| 4103 | Los demás cueros y pieles, en bruto (frescos o salados, secos, encalados, piquelados o conservados de otro modo, pero sin curtir, apergaminar ni preparar de otra forma), incluso depilados o divididos, excepto los excluidos por las notas 1 b) o 1 c) de este capítulo        | 44,6    | 33,8    |
| 4104 | Cueros y pieles curtidos o crust, de bovino, incluido el búfalo, o de equino, depilados, incluso divididos pero sin otra preparación   | 487,7   | 438,8   |
| 4105 | Pieles curtidas o crust, de ovino, depiladas, incluso divididas pero sin otra preparación  | 52,0    | 58,1    |
| 4106 | Cueros y pieles depilados de los demás animales y pieles de animales sin pelo, curtidos o crust, incluso divididos pero sin otra preparación   | 93,5    | 97,6    |
| 4107 | Cueros preparados después del curtido o del secado y cueros y pieles apergaminados, de bovino (incluido el búfalo) o equino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)   | 1.805,8 | 2.041,8 |
| 4112 | Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de ovino, depilados, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)  | 247,5   | 265,7   |
| 4113 | Cueros preparados después del curtido o secado y cueros y pieles apergaminados, de los demás animales, depilados y cueros preparados después del curtido y cueros y pieles apergaminados, de animales sin pelo, incluso divididos (excepto los de la partida 4114)               | 268,5   | 293,7   |
| 4114 | Cueros y pieles agamuzados, incluido el agamuzado combinado al aceite; cueros y pieles charolados y sus imitaciones de cueros o pieles chapados; cueros y pieles metalizados   | 13,5    | 11,6    |
| 4115 | Cuero regenerado a base de cuero o fibras de cuero, en placas, hojas o tiras, incluso enrolladas; recortes y demás desperdicios de cuero o piel, preparados, o de cuero regenerado, inutilizables para la fabricación de manufacturas de cuero; aserrín, polvo y harina de cuero | 107,3   | 117,8   |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

De los datos de la tabla se desprende que las pieles y cueros más demandados en Hong Kong son los de bovino (incluido el búfalo) o equino. Así, la partida más importante en valor, con mucha diferencia, es la relativa a cueros preparados después del curtido o del secado, y cueros y pieles apergaminados de bovino o equino, que en 2013 superó los dos mil millones de dólares americanos de producto importado a Hong Kong.

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

En cuanto a la peletería, la peletería de visón es la más demandada, registrando un valor mayor la importación de peletería en bruto que la curtida o adobada, como se muestra en la Tabla 10.

**Tabla 10. Importaciones de Peletería a Hong Kong por Taric, en millones de USD**

| Taric       | Descripción   | 2012    | 2013    |
|-------------|---|---------|---------|
| <b>4301</b> | <b><i>Peletería en bruto, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos utilizables en peletería</i></b>   |         |         |
| 43011       | De visón, enteras, incluso sin la cabeza, cola o patas  | 1.295,6 | 1.642,7 |
| 430130      | De cordero llamadas "astracán", "Breitschwanz", "caracul", "persa" o similares, de cordero de Indias, de China, de Mongolia o del Tíbet, enteras, incluso sin la cabeza, cola o patas | 3,4     | 0,3     |
| 430160      | De zorro, enteras, incluso sin la cabeza, cola o patas  | 34,1    | 43,4    |
| 430180      | Las demás pieles, enteras, incluso sin la cabeza, cola o patas  | 28,4    | 32,4    |
| <b>4302</b> | <b><i>Peletería curtida o adobada, incluidas las cabezas, colas, patas y demás trozos, desechos y recortes, incluso ensamblada (sin otras materias)</i></b>                           |         |         |
| 430211      | De visón  | 1.054,6 | 1.300,0 |
| 430219      | Las demás   | 97,1    | 103,7   |
| 430220      | Cabezas, colas, patas y demás trozos, desechos y recortes, sin ensamblar  | 0,3     | 0,6     |
| 430230      | Pieles enteras, trozos y recortes de pieles, ensamblados  | 17,4    | 40,1    |

Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

## 2. TENDENCIAS EN LOS PRODUCTOS

Señala el HKTDC en su estudio sobre la industria del cuero en Hong Kong, que hay cada vez más consumidores dispuestos a comprar artículos de cuero de lujo. Los bolsos, accesorios o guantes de cuero están siendo más demandados en el sector de la moda. Pero no es el único sector, puesto que sectores de grandes volúmenes como por ejemplo el de la automoción también está incrementando su demanda de cuero.

Los productos de cuero son percibidos como accesorios de moda y se espera que esta tendencia vaya en aumento. En este sentido, son alentadoras las cifras de la Asociación de la Industria del Cuero de China, que publicó que los beneficios en el sector del cuero habían ascendido a 12,5 mil millones de dólares americanos en 2013, lo que supone un incremento del 13,4%

En cuanto al tipo de cuero que se demanda, el mercado exige que el cuero sea de calidad, lo que implica que debe cumplir con propiedades propias del cuero como la absorción del vapor de agua y permeabilidad, resistencia y ductilidad. Para el calzado, debe ser elegante y duradero; mientras para la ropa y los accesorios se valora la suavidad y la elegancia. En los últimos años se han introducido nuevos tejidos y materiales, tales como la microfibras de lana, mezclas de nylon y

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

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 (cuya fabricación requiere más mano de obra), en lugar de bolsos y artículos de viaje de cubierta dura (cuya fabricación requiere una mayor inversión en maquinaria).

Por otra parte, los productos "ecológicos" o "sostenibles" están ganando más importancia para la industria del cuero. Algunos fabricantes han adoptado iniciativas como la simplificación de su proceso de producción, por ejemplo, mediante la adopción de procesos de curtido simplificados que permiten un menor tiempo de producción y un menor consumo de agua y productos químicos. Además, para mitigar eventuales riesgos, se están aplicando medidas contra el uso de cuero curtido con cromo y productos derivados, como la sal de cromo, que pueden causar daños celulares. Algunos importadores de calzado infantil están empezando a exigir productos libres de cromo, mientras que los fabricantes de marroquinería cada vez utilizan técnicas más ecológicas, como tintes vegetales.





# 5. PRECIOS

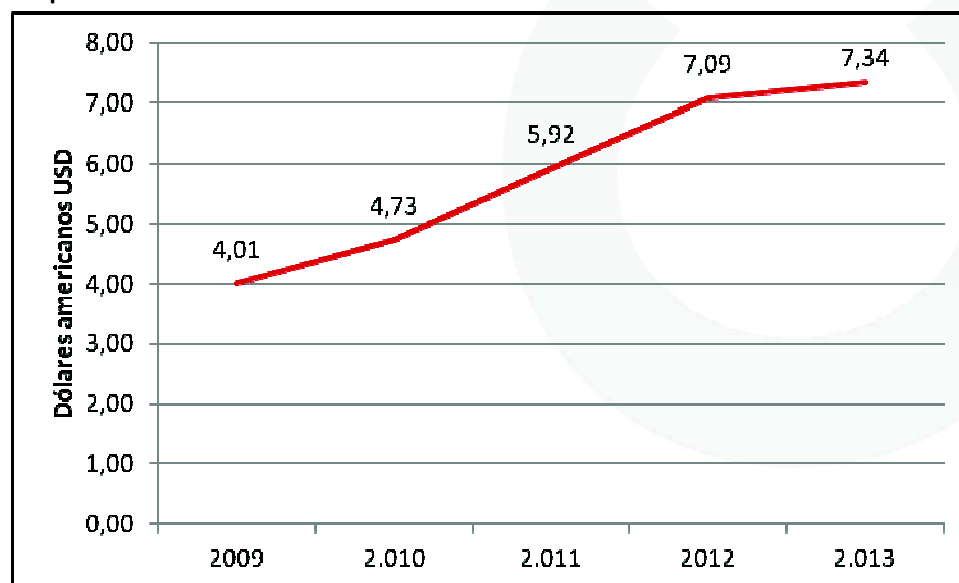
## 1. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS

### Marroquinería

Para analizar los precios medios de los artículos de marroquinería hay que diferenciar entre la partida 4202 (manufacturas de cuero, artículos de viaje, bolsos de mano y similares) y las partidas 420321 y 420330 (guantes, mitones y manoplas, cintos, cinturones y bandoleras). Esta distinción se debe hacer ya que la partida 4202 está expresada en número de unidades y las demás se expresan en kilogramos.

El precio medio de la partida 4202, medido por unidades de producto, ha experimentado un crecimiento continuado durante los cinco años objeto de análisis. En total, el precio medio se ha incrementado un 83%, con un crecimiento medio anual del 16,6%. El Gráfico. 5, a continuación, muestra esta evolución.

Gráfico. 5. Evolución del precio medio (USD) de la partida 4202 por unidad de producto



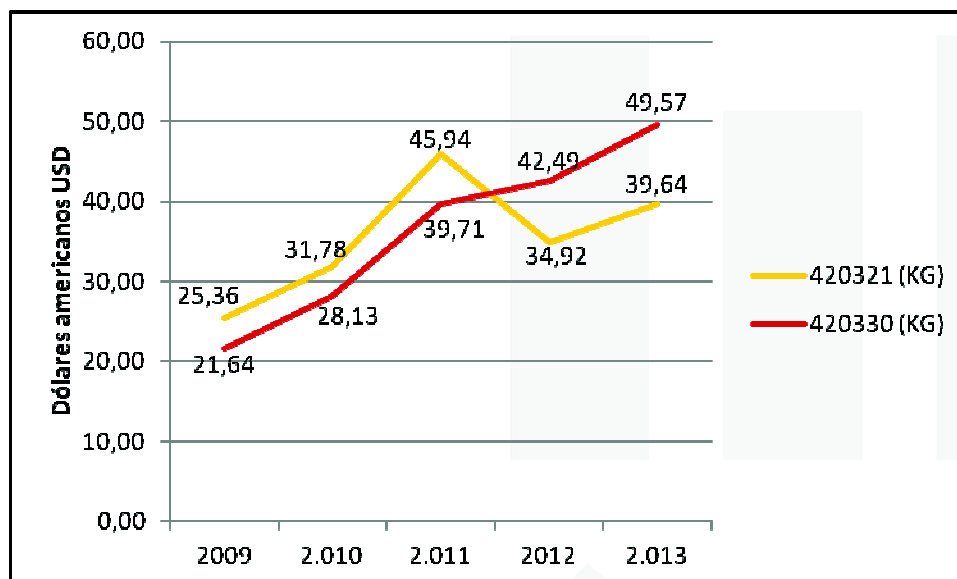
Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade



## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

El precio medio de las partidas 420321 y 420330 (guantes, mitones y manoplas; y cintos, cinturones y bandoleras), expresado en dólares americanos por kilogramo de producto, ha tenido un comportamiento más irregular. El precio de los cintos, cinturones y bandoleras ha crecido de manera constante durante los últimos cinco años, presentando un crecimiento total del 129% (desde 2009) y un crecimiento medio anual del 23,7%. Por otro lado, el precio medio de los guantes, mitones y manoplas, creció hasta 2011, en 2012 experimentó un retroceso y en 2013 ha vuelto a experimentar un importante crecimiento. En el total del periodo considerado (2009-2013), el precio medio aumentó un 56%, con un crecimiento promedio del 14,9%. A continuación, se muestra el Gráfico. 6, con la evolución de estas dos partidas.

**Gráfico. 6. Evolución del precio medio por kilogramo de las partidas 420321 y 420330, en USD**



Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

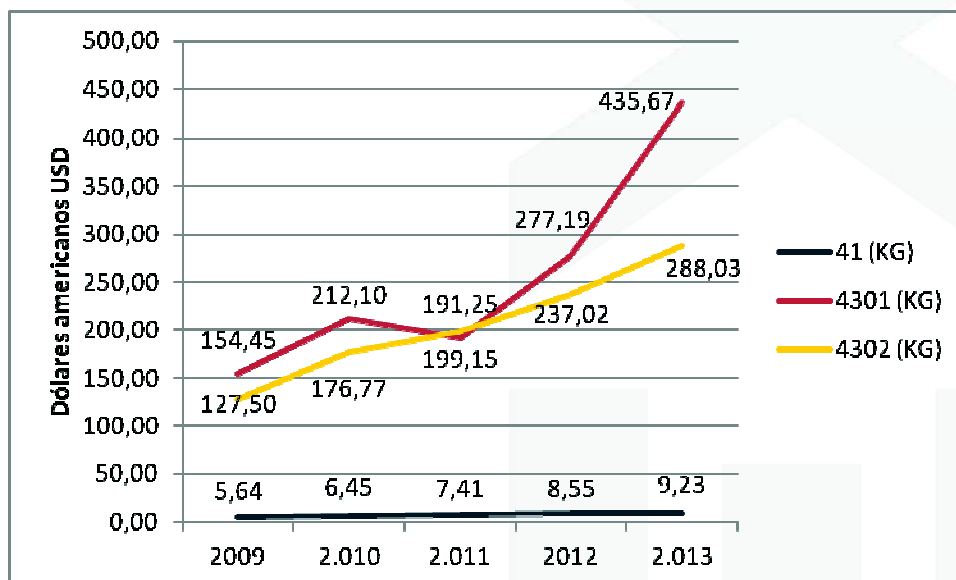
### Piel y cuero

El precio medio de las partidas relativas a la piel y el cuero presenta una evolución diferente durante el periodo observado (2009-2013). Las pieles y cueros (partida 41) presentan unos precios medios, medidos en dólares americanos por kilogramo, más bajos que los de la peletería (partidas 4301 y 4302).

El precio medio de las pieles y cueros se ha incrementado de forma constante durante los últimos cinco años, con una media anual del 13,2% (un 64% acumulado en el total del periodo), lo que ha supuesto pasar de 5,64 a 9,23 dólares por kilo.

Por otra parte, el precio medio de la peletería ha sido muy superior. El precio de la peletería en bruto ha sido superior a la tratada y ha experimentado un crecimiento irregular, pero de mayor fuerza desde 2009, con un crecimiento medio anual del 32,4%, pasando de 127,5 a 288,03 dólares por kilogramo, lo que representa un incremento del 182% a lo largo de todo el periodo. La peletería tratada, con un precio medio inferior, ha experimentado un crecimiento constante de un 23% anual y un 126% acumulado durante los cinco años analizados.

Gráfico. 7 Evolución del precio medio por kilogramo de las partidas 41, 4301 y 4302, en USD

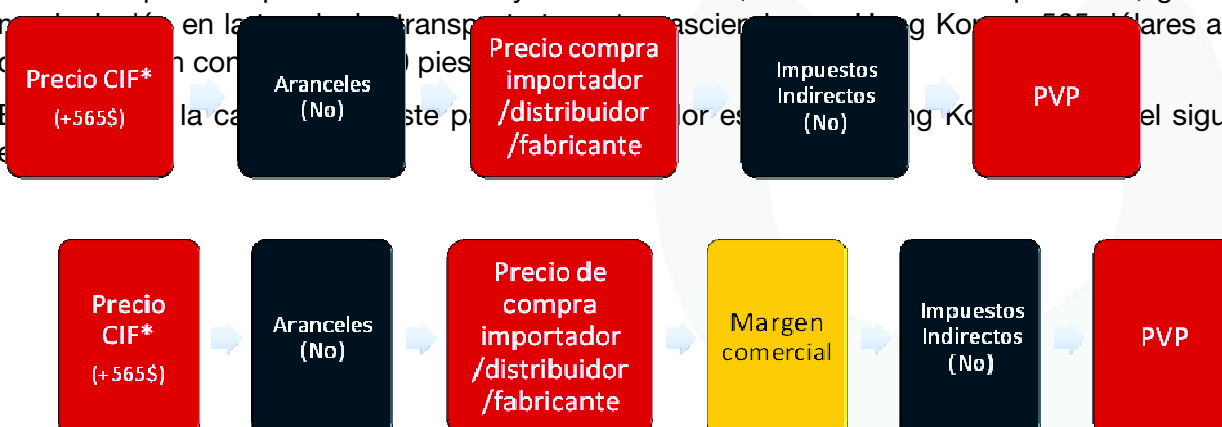


Fuente: Elaboración propia con datos del Hong Kong External Merchandise Trade

## 2. CADENA DE COSTE

En Hong Kong la importación de piel y marroquinería no está sujeta a aranceles; tampoco existen impuestos indirectos que graven el consumo.

Por otro lado, señala el Banco Mundial<sup>4</sup> que los costes relativos a la documentación, tarifas administrativas para despacho de aduana y control técnico, honorarios del despachante, gastos de transporte, etc., en la cadena de transporte y distribución en Hong Kong son de 505 dólares americanos por kilogramo. Este precio se compone de los siguientes elementos:



<sup>4</sup> <http://data.worldbank.org/indicador/IC.IMP.COST.CD>

**3. PRECIOS DE REFERENCIA**
**Tabla 11. Precios de referencia de marroquinería en dólares de Hong Kong (HKD)**

| Establecimiento | Marca             | Descripción                                 | Precio (HKD) |
|-----------------|-------------------|---|--------------|
| Lane Crawford   | Michael Kors      | Jet set medium saffiano leather travel tote | 2.900        |
| Lane Crawford   | Jimmy Choo        | Rosa medium contrast leather bag            | 13.000       |
| Lane Crawford   | Tory Burch        | Bombe foldover leather crossbody clutch     | 4.080        |
| Lane Crawford   | Alexander Mcqueen | 'Heroine' mini satchel                      | 14.100       |
| Massimo Dutti   | Massimo Dutti     | Bolso Piel Borla Contraste                  | 1.690        |
| Massimo Dutti   | Massimo Dutti     | Monedero de piel borla contraste            | 590          |
| Massimo Dutti   | Massimo Dutti     | Bolso bandolera piel grabado                | 1.490        |
| Zara            | Zara              | Shopper Mochila Piel                        | 1.399        |
| Zara            | Zara              | Bowling Piel Lady                           | 999          |
| Zara            | Zara              | Set Piel Billetera + Tarjetero              | 699          |
| Mango           | Mango             | Billetera Efecto Safiano Cremallera         | 239          |
| Mango           | Mango             | Bolso shopper charol                        | 599          |

Fuente: store check de la Oficina Económica y Comercial de España en Hong Kong

## 6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España está bien posicionada en Hong Kong y ocupa el cuarto puesto como proveedor de productos de marroquinería con una cuota de mercado del 3,7%; no obstante, se sitúa todavía lejos de las cifras de importación de China continental y de dos directos competidores como Francia e Italia. Algunas circunstancias que explican esta distancia y a las que se tienen que enfrentar las empresas españolas son:

- Falta de imagen-país adecuada. Gran parte de esta situación se debe a que no hay una marca reconocida internacionalmente que funcione como estandarte. La única marca de origen español que cumple con estas características es Loewe; sin embargo, la marca fue adquirida en 1996 por el grupo Louis Vuitton Moët-Hennessy, por lo que ya no es una marca española, y además no es reconocida como tal debido a su nombre.

- Las marcas españolas son menos conocidas que las de sus competidores europeos. 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 sin una marca que los promocióne.

En cuanto a las pieles y curtidos, los compradores son profesionales que conocen perfectamente las calidades ofrecidas por los diferentes mercados. España está bien posicionada y es reconocida por su calidad, destacando por la buena relación calidad precio de sus productos. Durante 2013, Hong Kong siguió mostrándose como uno de los principales destinos para la exportación española de estos productos, ocupando la sexta posición como destino de la exportación de pieles y cueros y la octava posición en peletería.

# 7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

## 1. MARROQUINERÍA

En Hong Kong existe una ingente oferta de productos de marroquinería. Los canales de distribución presentan algunas diferencias en función del segmento de población a los que se dirigen los diferentes productos. Así, las grandes marcas internacionales, como Hermes o Loewe, que se dirigen al segmento de población con mayor poder adquisitivo (segmento en el que se encuadran los turistas procedentes de China continental), cuentan con tiendas propias en los principales puntos de compra de la ciudad. Las marcas enfocadas al segmento medio, se distribuyen principalmente a través de tiendas multimarca en las que prima la decoración y una buena localización; o bien a través de espacios propios en centros comerciales o grandes almacenes. Finalmente, el segmento bajo está copado por productos procedentes de China continental o del Sudeste Asiático que se distribuyen en mercadillos o tiendas que ofrecen multitud de productos y que se localizan en zonas cercanas a los principales centros de compras.

Las empresas españolas de marroquinería, pueden optar por entrar en Hong Kong de diferentes formas:

- Exportación directa de sus productos a establecimientos multimarca o a espacios propios en grandes almacenes. Esta es la opción menos arriesgada, pero la elevada competencia existente en el sector hace difícil en muchas ocasiones el acceso a estos canales.
- Exportación a través de un importador hongkonés (agente o distribuidor). Hong Kong cuenta con importadores de gran profesionalidad que conocen bien el mercado. Los agentes se encargan de encontrar potenciales compradores, llevar a cabo las negociaciones para realizar las primeras ventas y participan en ferias de la zona en las que promocionan los productos que tienen en cartera. Algunos agentes no solo se encargan del mercado hongkonés, sino que tienen contactos en China continental y pueden facilitar el acceso a este mercado.
- Apertura de tienda propia. Es la opción de mayor riesgo debido a los altos costes de establecimiento que presenta Hong Kong. Una fórmula intermedia que está ganando popularidad es la de la *"pop up store"*. Se trata de tiendas que se abren por un periodo reducido de tiempo y permiten a las empresas medir el interés que sus productos despiertan entre los consumidores de Hong Kong.

### Principales zonas de compra

#### Central & Admiralty

Central es la zona financiera de Hong Kong junto con Admiralty. Es aquí donde se concentran los bancos, de modo que es la zona comercial por excelencia para los grupos de renta media-alta. La mayoría de centros comerciales de mayor nivel se encuentran en esta zona (IFC mall, The Landmark, Pacific Place). En la calle Queen's Road tienen sus tiendas numerosas marcas internacionales de lujo. En la zona del Soho (dentro de Central), más orientada a expatriados y extranjeros, se pueden encontrar marcas europeas de rango de precio medio y boutiques multimarca.

#### Causeway Bay

Es la zona de compras más visitada por los turistas de China continental y por consumidores locales en la isla de Hong Kong; además de tiendas y centros comerciales, Causeway Bay ofrece una amplia oferta de restauración, lo que atrae a un ingente número de consumidores y hace que los alquileres de esta zona sean los más altos del mundo por metro cuadrado.

Los grandes almacenes Sogo se sitúan aquí, pero también se encuentran los centros comerciales de Times Square, Lee Gardens y Hysan Place. Hay varios centros comerciales con mini tiendas orientadas al público joven que busca precios baratos, y en la calle Leighton Road se encuentran tiendas de marcas de rango de precio medio.

#### Tsim Sha Tsui

La calle más famosa de tiendas de lujo, Canton Road, se encuentra en esta zona, cerca del centro comercial Harbour City. Ambos está muy cerca del "Paseo de las estrellas", que es la atracción turística más visitada de Hong Kong. Los centros comerciales son muy numerosos (Miramar Shopping, Miramall, iSquare, K11, etc.) y también la oferta de restauración y bares.

#### Mong Kok

Mong Kok es una de las zonas más dinámicas de Hong Kong. Las tiendas que se sitúan en esta área están dirigidas a un segmento joven o de moda más casual y los precios se sitúan en un rango medio.

## 2. PIEL Y CUERO

La importancia de Hong Kong para los productores de piel y cuero españoles radica en el papel que juega como centro de distribución. Los traders hongkoneses proveen a los procesadores de piel ubicados en China de las materias que estos necesitan. Los clientes chinos confían mucho en ellos, pues además se encargan de la logística. Por otra parte, el sistema legal en Hong Kong es más claro que el de China continental (está basado en el sistema inglés), lo que proporciona seguridad y sencillez a los exportadores españoles.

Para encontrar a un importador, las ferias son el mejor método en Hong Kong. Los operadores del mercado importantes están presentes en ferias como la *Asia Pacific Leather Fair* (APLF) o la *Hong Kong International Fur & Fashion Fair* (HKIFFF).

## EL MERCADO DE LA MARROQUINERÍA Y LA PIEL EN HONG KONG

A parte de las negociaciones y de los aspectos logísticos, es importante prestar atención a la estrategia de distribución de cada importador: algunos importadores y distribuidores trabajan en exclusiva con un fabricante. Por otro lado, los grandes distribuidores que compran a gran escala no dejan conocer lo que hacen con los bienes que compran; esto puede crear problemas en la fijación de precios con distribuidores más pequeños si el exportador no ofrece las mismas condiciones a los diferentes operadores del mercado.

### Tendencias de la distribución

Una tendencia creciente es que los compradores finales chinos (fabricantes), intentan comprar directamente, aunque todavía no cuentan con el conocimiento o la experiencia de los compradores hongkoneses.

Los distribuidores de Hong Kong son la mejor vía de entrada al mercado chino por infraestructuras, know-how y tradición. En especial, aquellas empresas poco acostumbradas a la cultura empresarial china, encontrarán en Hong Kong una mezcla de culturas asiática y occidental que facilita las relaciones comerciales entre Europa y China.

Por otra parte, una gran proporción de la industria de procesamiento del cuero en China está bajo el control de empresas hongkonesas. Entre el 60% y el 70% de los distribuidores de Hong Kong tienen sus propias fábricas en China y un 80% de la industria del guante pertenece a los intereses hongkoneses. Los empresarios hongkoneses tienen, por tanto, un gran control sobre la industria, que además buscan aumentar, ya sea horizontal o verticalmente.



# 8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

## 1. IMPUESTOS, CUOTAS, ARANCELES Y CERTIFICADOS

Hong Kong es una de las economías más libres del mundo, en la que no existen aranceles o impuestos a la importación en la gran mayoría de los productos, incluidos los productos de piel y cuero. Además, tampoco existen en Hong Kong impuestos indirectos o impuestos sobre el valor añadido.

### Convenio CITES

Los productos de marroquinería no soportan ninguna restricción en cuanto a su importación o exportación de Hong Kong. Sin embargo, Hong Kong ratificó la Convención de Washington (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, también conocida como CITES), que restringe o prohíbe, según el caso, la importación de productos que contengan piel de determinadas especies. Este convenio internacional fue firmado por 175 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 regulación internacional 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 asistencia de otras Partes 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.

### 2. ACUERDO CEPA (CLOSER ECONOMIC PARTNERSHIP)

El acuerdo se firmó en el año 2003 entre Hong Kong y China. Por este convenio, la mayoría de los productos fabricados o transformados en su mayor parte en Hong Kong están libres de aranceles si se exportan a China continental.

Este acuerdo es de escasa aplicación práctica para los exportadores españoles ya que para verse beneficiados por el mismo deberían realizar en Hong Kong la parte principal de su proceso de fabricación.

Por último señalar que el acuerdo CEPA únicamente cubre los aranceles de importación; el IVA y otros impuestos domésticos de China no se encuentran incluidos en la exención.

## 9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

Euromonitor estima un crecimiento del 4% para el sector de la marroquinería en el periodo 2012-2017. También señala que marcas de lujo de segunda línea están aumentando su importancia en el mercado, ofreciendo a los consumidores más variedad y oportunidades de diferenciación. Es el caso de marcas como Marc Jacobs, MiuMiu o Chloe. Los turistas de China continental, en cambio, siguen prefiriendo marcas más populares como Louis Vuitton o Gucci.

El clima de incertidumbre económica, unido a la intención del Gobierno chino de reducir los impuestos sobre los bienes de lujo (incentivaría que los turistas chinos consumieran en sus propias ciudades en lugar de en Hong Kong), se dibujan como una amenaza en el crecimiento del sector. Por otro lado, un efecto paralelo a la reducción de los impuestos sobre los bienes de lujo en China, puede ser la reducción del precio unitario de los productos de marroquinería ya que los comercios deberán realizar campañas promocionales para mantener el atractivo de Hong Kong como lugar de compras.

Las compras online todavía no tienen mucho peso en el sector, y las páginas web son utilizadas por las marcas como herramientas promocionales. Sin embargo, un número de clientes creciente empiezan a estar interesados en comprar por internet si consiguen buenos precios o son capaces de encontrar artículos que no pueden localizar en Hong Kong.

En cuanto al sector de la piel y el curtido, se debe de señalar que los mercados asiáticos encabezan ya los primeros puestos en las clasificaciones internacionales de comercio de pieles. En especial Hong Kong y Corea del Sur están experimentando crecimientos significativos en los últimos años.

China continental continúa siendo el primer productor de artículos de piel del mundo, produciendo más del triple de lo que produce su inmediato perseguidor, Brasil. Hong Kong, como centro de distribución, se prevé que siga jugando un papel relevante en el abastecimiento de piel y cuero a las fábricas chinas.

Por último, se debe señalar que las empresas asiáticas están apostando por la calidad y la innovación, y en la zona de Asia Pacífico, la marca de “Spanish Leather” es sinónimo de calidad, compitiendo con Italia y Francia.

# 10. OPORTUNIDADES

## Marroquinería

Hong Kong es un mercado altamente atractivo para el sector de la marroquinería. Cuenta con una renta per cápita que es de las más altas de la zona Asia Pacífico y se estima que el número de millonarios supera los 730.000, según datos de Citibank. Es, en definitiva, uno de los principales mercados para los productos de lujo en general y de la marroquinería en particular.

El consumidor hongkonés está muy orientado a la marca; no obstante, como se ha señalado, los consumidores están eligiendo otras marcas de lujo que les permiten acceder a una mayor variedad de productos y a una mayor diferenciación. Esta tendencia puede ser aprovechada siempre que se acompañe de la comunicación y promoción adecuada.

Por otro lado, un segmento que muestra un gran potencial es el de las mujeres que se han incorporado recientemente al mercado laboral. Este segmento destina una parte importante de su renta disponible al consumo de bienes de lujo, prestando más atención al diseño.

Por último, se podría señalar que la importancia de las nuevas tecnologías también ha tenido repercusión en el mercado de la marroquinería, especialmente en Hong Kong. El auge de los smartphones, tabletas y ordenadores portátiles, dispositivos pensados para ser transportados, ha propiciado la aparición de un nuevo mercado de fundas y accesorios destinados a su protección; se trata, por otra parte, de un mercado muy dinámico ya que evoluciona a la par que lo hacen los cambios de tamaño y forma de los diferentes dispositivos.

## Piel y cuero

En el apartado de la piel y el cuero, se debe de destacar que el avance en el nivel de vida de la Región está generando una mayor concienciación por la protección del medio ambiente en la población que, a su vez, se traduce en normativas dirigidas a su efectiva protección. Ante esta realidad, la Asociación de Comerciantes del Cuero y la Piel de Hong Kong señala la importancia para la industria de apostar por las “Eco-Leather”, es decir, tener en cuenta el impacto ambiental que la producción de piel y cuero tiene, lo que ha llevado a que en la actualidad se produzcan con tecnologías respetuosas con el medio ambiente, entre otros, asientos para coches, guantes, zapatos para niños y otros productos como vestidos o bolsos.

# 11 ■ INFORMACIÓN PRÁCTICA

## 1. FERIAS

### Hong Kong International Fur and Fashion Fair

Una de las ferias más prestigiosas a nivel mundial del sector de la peletería. En ellas se pueden encontrar desde materias primas a pieles tratadas.

Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Próxima edición: 25-28 febrero 2015

Web: [www.hkff.org](http://www.hkff.org)

### Materials, Manufacturing & Technology (MM&T)

Feria destinada a materiales y componentes de cuero, tecnología y servicios para la industria de la moda, en 2014 ha reunido a más de 18.000 compradores procedentes de 93 países y regiones.

Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Próxima edición: 30 de marzo al 1 de abril de 2015

Web: [www.mmt.aplf.com](http://www.mmt.aplf.com)

### Fashion Access Fair

De los mismos organizadores de la MM&T, la Fashion Access es una de las ferias más importantes de Asia-Pacífico de moda en piel: accesorios, bolsos, calzado, marroquinería y equipajes. Se celebra bianualmente. En la primera edición de 2014 (en marzo), ha conseguido reunir a más de 11.000 visitantes de 84 países y regiones.

Lugar: Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Próxima edición: 25-27 de septiembre de 2014

Web: [www.fashionaccess.aplf.com](http://www.fashionaccess.aplf.com)

## 2. ASOCIACIONES

### HONG KONG FUR FEDERATION

Dirección: Room 1203-4, Chevalier 45-51 Chatham Road, TST, Kowloon, Hong Kong

Tel: (852) 2367 4646

Fax: (852) 2739 0799

Web: [www.hkff.org](http://www.hkff.org)

E-mail: [fur@hkff.org](mailto:fur@hkff.org)

### HONG KONG HIDE & LEATHER TRADERS ASSOCIATION LTD

Dirección: Unit B, 3rd floor, Capital Commercial Building, 446-448 Shanghai Street, Mongkok, Kowloon, Hong Kong

Tel: (852) 2388 7644

Fax: (852) 2783 0804

Web: [www.leatherassn.com](http://www.leatherassn.com)

Email: [info@leatherassn.com](mailto:info@leatherassn.com)

### THE HONG KONG RESEARCH INSTITUTE OF TEXTILES AND APPAREL

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

Tel: (852) 2627 0180

Fax: (852) 2364 2727

Web: [www.hkrita.com](http://www.hkrita.com)

E-mail: [info@hkrita.com](mailto:info@hkrita.com)

## 3. DIRECCIONES DE INTERÉS

### HONG KONG TRADE DEVELOPMENT COUNCIL (HKTDC)

Dirección: 38<sup>th</sup> Floor, Office Tower, Convention Plaza, 1 Harbour Road, Wan Chai, Hong Kong

Tel: (852) 1830668

Fax: (852) 2824 0026

Website: [www.hktcdc.com](http://www.hktcdc.com)

Email: [exhibitions@hktcdc.org](mailto:exhibitions@hktcdc.org)

### HONG KONG CONVENTION AND EXHIBITION CENTRE

Dirección: Hong Kong Convention & Exhibition Centre, 1 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong  
Tel: (852) 2582 8888  
Fax: (852) 2801 0000  
Website: [www.hkcec.com](http://www.hkcec.com)

### CONSULADO GENERAL DE ESPAÑA EN HONG KONG

Dirección: Suite 5303, 53/F, Central Plaza 18, Harbour Road, Wanchai, Hong Kong  
Tel: (852) 2525-3041  
Fax: (852) 2877-2407  
Website: [www.exteriores.gob.es/Consulados/HONGKONG](http://www.exteriores.gob.es/Consulados/HONGKONG)  
Email: [cog.hongkong@maec.es](mailto:cog.hongkong@maec.es)

### OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DEL CONSULADO GENERAL DE ESPAÑA EN HONG KONG

Dirección: 2004, Tower One, Lippo Centre, 89 Queensway, Hong Kong  
Tel: (852) 2521 7433  
Fax: (852) 2845 3448  
Website: [hongkong.oficinascomerciales.es](http://hongkong.oficinascomerciales.es)  
Email: [hongkong@comercio.mineco.es](mailto:hongkong@comercio.mineco.es)