
EL MERCADO DE LA UE PARA EQUIPAJE Y ACCESORIOS (DE CUERO)

Fuente: CBI (www.cbi.eu)

Traducción libre del original



Abril 2009

Sumario

El presente estudio trata sobre equipaje y accesorios (hechos de cuero) en el mercado de la Unión Europea.

Consumo

La Unión Europea ocupa el segundo lugar después de Asia y es uno de los mercados líderes para los accesorios de cuero y equipaje. En el año 2007, el consumo de la UE fue de €10,5 mil millones. El mercado fue dominado por cinco países que representaron el 74% del total del consumo de la UE: Alemania (19%), Italia (15%), Francia (15%), el Reino Unido (14%) y España (11%).

Producción

Europa ha sido tradicionalmente un importante proveedor de equipaje de alta calidad y accesorios (de cuero) para el mercado mundial, sin embargo, la producción de ítems de alto volumen ha sido sujeto de outsourcing principalmente en Asia.

Canales de comercialización

Los canales no especialistas se han vuelto más importantes, así como también la influencia de grandes cadenas de operadores. Sin embargo, en la mayoría de los países, la ruta internacional que va desde el fabricante al importador/mayorista al vendedor al detalle todavía domina particularmente en el Sur de la UE y en los nuevos Estados Miembros.

Importaciones

La UE se ubicó entre los importadores líderes de equipaje y accesorios de cuero en el mundo, importando el 35% del valor y 40% del volumen total de las importaciones mundiales, representando 1,4 millones de toneladas con un valor de €9,2 mil millones en el año 2007. Francia era el importador más grande del país representando el 17% de las importaciones de la UE, seguida de cerca por el Reino Unido e Italia.

Exportaciones

En el año 2007, el valor total de las exportaciones de la UE era de €8,5 mil millones, más de la mitad fue para otros países de la UE. Entre el año 2003 y 2007 el total de las exportaciones de la UE se incrementó anualmente en un promedio de 12% en valor.

Introducción

El presente estudio pone énfasis en los accesorios de cuero y equipaje que son de gran importancia para los proveedores de los países en desarrollo.

El presente estudio trata sobre los siguientes productos:

- Maletas
- Maletines ejecutivos (incluyendo maletines para computadoras)
- Bolsos de mano
- Bolsos de viaje y otros bolsos
- Pequeños accesorios de cuero (incluye cinturones, billeteras, monederos, bolsitas para llaves)

Consumo

La Unión Europea ocupa el segundo lugar después de Asia y es uno de los mercados líderes para los accesorios de cuero y equipaje. En el año 2007, el consumo de la UE fue de €10,5 mil millones. El mercado fue dominado por cinco países que representaron el 74% del total del consumo de la UE: Alemania (19%), Italia (15%), Francia (15%), el Reino nido (14%) y España (11%).

Desde el año 2004 las ventas en la mayoría de los países de la UE se han incrementado fuertemente. Los sectores que mejor se han desarrollado fueron el de bolsos de mano, maletines para computadoras portátiles y bolsos de viaje.

El crecimiento de las "etiquetas de diseñador" ha tenido un gran impacto en este mercado, en particular en el de bolsos de mano. Ha habido una creciente superposición entre productos, particularmente entre los maletines ejecutivos y los bolsos de mano con más mujeres trabajadoras. Ha habido también un movimiento hacia productos menos formales, en vez de los maletines tradicionales con tendencias dirigidas a las tendencias.

En el segmento del equipaje, ha habido un movimiento de "mezclar y emparejar" productos lejos de lo formal. Los productos de telecomunicaciones móviles y computadoras portátiles han estimulado una fuerte demanda para los bolsos y estuches para guardar estos productos, en particular una nueva generación de bolsos para portátiles hechos de materiales livianos con refuerzo protector.

La disponibilidad más amplia de materiales de bajo costo ha incrementado la elección para aquellos consumidores con bajos ingresos para gastar.

La incertidumbre económica ciertamente dificulta predecir las tendencias futuras de crecimiento, pero después de un periodo de relativa disminución o estancamiento, se espera que este mercado crezca de nuevo a partir del año 2010 estimulado por los adelantos en los desarrollos tecnológicos, el creciente significado de los segmentos étnicos y continuos cambios en la moda.

Producción

Europa ha sido tradicionalmente un importante proveedor de equipaje de alta calidad y accesorios (de cuero) para el mercado mundial, sin embargo, la producción de ítems de alto volumen ha sido sujeto de outsourcing principalmente en Asia. En el año 2007

el valor total de la producción de la UE fue de €5 mil millones comparado con €3,9 mil millones en el año 2003, pero el volumen ha estado cayendo.

Los fabricantes de la UE ahora se especializan en equipaje de alta calidad (maletas, maletines para computadora portátiles) y accesorios a la moda como ser bolsos de mano, billeteras, monederos y cinturones. El valor más bajo de producción ha sido sujeto de outsourcing hacia otros países, particularmente hacia los países en desarrollo.

En el año 2007, había un estimado de 13.530 empresas con 105.000 empleados en la UE. La mayoría de éstos eran pequeñas empresas familiares empleando menos de 20 personas.

Italia era de lejos el más grande productor, representando la mitad del total de la producción de la UE de los cuales la mitad de los ítems producidos eran bolsos de mano. Francia, España, el Reino Unido, Alemania y Rumania eran los productores de la UE líderes.

Dentro de los nuevos Estados Miembros, los productores han sufrido la competencia desde Asia pero se han beneficiado del incremento en la demanda en los países vecinos.

La industria del equipaje y accesorios (de cuero) se concentra en el diseño, la calidad y los ítems curtidos con vegetales para cumplir con las estrictas reglas medioambientales y competir con China, Vietnam y la India.

Canales de comercialización

Los canales de comercialización para el equipaje y los accesorios de cuero son caracterizados por una amplia variedad con las siguientes diferencias entre cada grupo de producto:

- Para el equipaje (las maletas y maletines), los canales especialistas siguen siendo importantes.
- Para los bolsos y accesorios (de cuero) hay una amplia red de distribución, la cual incluye ventas en tiendas de ropa y calzado, perfumerías, tiendas deportivas y compañías de servicios.
- Para todos los grupos de productos, las tiendas de departamento acaparan una gran proporción de las ventas al detalle.

Los canales no especialistas se han vuelto más importantes, así como también la influencia de grandes cadenas de operadores.

Sin embargo, en la mayoría de los países, la ruta internacional que va desde el fabricante al importador/mayorista y al vendedor al detalle, todavía domina particularmente en el Sur de la UE y en los nuevos Estados Miembros.

Los importadores/mayoristas o fabricantes serían el mejor punto de partida, ya que la distribución física del equipaje es una limitación y los cambios en la moda ocurren más rápidamente.

Importaciones

La UE se ubicó entre los importadores líderes de equipaje y accesorios de cuero en el mundo, importando el 35% del valor y 40% del volumen total de las importaciones mundiales, representando 1,4 millones de toneladas con un valor de €9,2 mil millones en el año 2007. Francia era el importador más grande del país representando el 17% de las importaciones de la UE, seguida de cerca por el Reino Unido e Italia.

En el año 2007, los bolsos representaron el 40% de las importaciones de la UE valuadas en €3,7 mil millones (de los cuales el 42% eran "hechos de cuero"). Las importaciones de la UE de los bolsos de viaje y otros bolsos eran de casi €1,9 mil millones representando una participación del 20%, seguida de las maletas (14%), valuados en €1,3 mil millones, casi la mitad de los cuales estaban "hechos de cuero", cinturones (€578 millones) y maletines (€504 millones).

Entre el año 2003 y 2007, todos los países de la UE incrementaron sus importaciones de equipaje y accesorios (de cuero). China era de lejos el proveedor más grande hacia la UE con un valor total de €3,8 mil millones, 42% del total de las importaciones de la UE. Los países intra-UE proveyeron el 43% de las importaciones de la UE; India, Suiza, Vietnam y Hong Kong eran también proveedores importantes.

Exportaciones

En el año 2007 el valor total de las exportaciones de la UE era de €8,5 mil millones, más de la mitad fue para otros países de la UE. Entre el año 2003 y 2007, el total de las exportaciones de la UE se incrementó anualmente en un promedio de 12% en valor.

Italia y Francia eran ambos grandes productores y eran los más grandes exportadores de equipaje y accesorios en la UE. En el año 2007 Italia abarcó el 37% del total de las exportaciones de la UE, Francia se ubicó segunda con 26%. Japón, Estados Unidos de América y Hong Kong eran los destinos de exportación importantes.

Países en desarrollo

En el año 2007 los países en desarrollo abarcaron el 50% (€4,6 mil millones) del total del valor y 54% (757 mil toneladas) del total del volumen de todas las importaciones de la UE. El valor de las importaciones "hechas de cuero" desde los países en desarrollo era de más de €1 mil millones, arriba por un promedio anual del 20% desde el año 2003.

Los cinco principales importadores (Reino Unido, Italia, Alemania, Francia, España) importaron €3,5 mil millones (74%) y 545 mil toneladas (72%) de todas las importaciones de la UE desde los países en desarrollo. Las importaciones de los doce nuevos Estados Miembros estaban valuadas en €176 millones (43 mil toneladas) en el año 2007.

La participación de los países en desarrollo en el comercio mundial de equipaje y accesorios de cuero se ha incrementado enormemente en las últimas dos décadas. Esto es especialmente cierto para China. En vez de exportar cueros y pieles como materiales semi-terminados, los países en desarrollo ganan más produciendo ítems terminados.

Se espera que las importaciones de la UE desde los países en desarrollo crezcan aún más. Los países de la UE que son particularmente interesantes para los productores de los países en desarrollo son los Países Bajos, Bélgica, el Reino Unido y Alemania, así como también algunos de los nuevos Estados Miembros de la UE.

Desarrollo de los precios

Precios del consumidor

Los precios del equipaje y accesorios (de cuero) son variados. Mientras hay algunos segmentos de mercado, como ser bolsos lujosos o conjuntos de viaje de alto nivel que han experimentado un alza en los precios por encima del promedio del sector, hay también muchos ítems de precios más bajos como ser carteras, estuches para computadoras o bolsos de moda para mercado masivo donde los precios han decrecido o han aumentado más lentamente que el índice de precios del consumidor para todos los ítems. Como con la mayoría de los sectores de mercados, hay una amplia discrepancia entre los precios altos de un mercado y los precios bajos.

Sin embargo, en términos de precios actuales, en oposición a los cambios en los precios, como regla general, los precios para el equipaje y accesorios (de cuero) son:

- Más altos en Finlandia, Luxemburgo, Suecia, Austria, Bélgica, Dinamarca, Italia, Chipre y Malta (Finlandia es el más alto)
- Promedio en Alemania, los Países Bajos, Irlanda, Grecia, Francia, Eslovenia, el Reino Unido, la República Checa y Lituania.
- Más bajos en España, Hungría, Portugal, Estonia, Letonia, Eslovaquia, Polonia, Bulgaria y Rumania (Rumania es el más bajo)

Requerimiento de acceso a mercados

Como un productor en un país en desarrollo preparándose para acceder a los mercados de la Unión Europea, debe estar al tanto de los requerimientos de acceso a mercados de sus socios comerciales y de los gobiernos de la UE.

Los requerimientos son demandados a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en temas sociales, del medio ambiente, salud y seguridad del consumidor.

Usted necesita cumplir con la legislación de la UE y debe estar al tanto de los requerimientos no legislativos adicionales que sus socios comerciales en la UE pueden requerir. Algunos de los principales requerimientos que se deben cumplir son:

Embalaje

Los importadores pueden tener sus propios requerimientos para el embalaje. Generalmente las entregas desde los países en desarrollo tienen que recorrer una larga distancia, entonces se debe tener cuidado con el embalaje de los productos, particularmente con lo que se refiere a cambios en la temperatura, manipuleo brusco y robo. La mayoría del equipaje es usualmente empacado en cajas de cartón.

Garantía

En alguno de los Estados Miembros (ej. Alemania y Suecia) hay un periodo de dos años para que los consumidores reclamen si están o no satisfechos con el desempeño o la calidad, especialmente para las maletas, maletines, mochilas o bolsos de viaje. Si se puede probar que el fallo es error del fabricante, el consumidor puede obtener una compensación, la cual generalmente le pide al vendedor al detalle.

Etiquetado

Existe una etiqueta genuina para los productos hechos de cuero con el propósito de informar a los consumidores que el producto está hecho de cuero verdadero. Esta etiqueta "cuero verdadero" es impresa en la mayoría de los cinturones, bolsos y en muchos pequeños accesorios de cuero, especialmente en los ítems de más alta calidad.

Existen también otros requerimientos referentes a: aranceles, medidas anti-dumping, políticas anti-fraude, legislación medio-ambiental.

Oportunidades

Desde una perspectiva del producto, los bolsos de mano, estuches y accesorios para portar productos relacionados a las nuevas tecnologías hechos de una manera amigable con el medio ambiente, ofrecen las mejores oportunidades. El amplio mercado de la UE proveerá más oportunidades a pesar de la baja económica. Demostrar una producción sostenible y productos reciclados será una oportunidad creciente.

Existen oportunidades para los fabricantes en ítems hechos de cuero. A pesar de la participación de productos hechos de cuero en este sector está decreciendo como productos de bajos precios hechos de otros materiales, particularmente los materiales textiles se han incrementado, la demanda de ítems hechos de cuero en la UE todavía es fuerte y oportunidades de mayor valor agregado pueden ser encontradas también en estos productos.

Debido a que la industria de la UE busca la manera de reducir sus costos, también habrá oportunidades creadas para formar asociaciones de trabajo. Es probable que la mejor forma de asociación sea con una empresa de la UE con un panorama similar al de usted y uno que opere en un nicho de mercado.

Fuentes fotográficas

- <http://concierge.typepad.com>
- <http://www.janeshilton.co.uk>
- <http://www.baleathers.com.ar>
- <http://www.motorspain.com>
- <http://www.overstock.com>



Fuente: CBI (www.cbi.eu)



Traducción libre: Lic. Claudia Lino C., Investigadora de Mercados