

# EL MERCADO DE BILLETERAS Y CARTERAS DE CUERO EN LA UNIÓN EUROPEA

Fuente: CBI (<http://www.cbi.eu>)  
Traducción libre del original



Marzo 2010

## Sumario

Este estudio de mercado del CBI ofrece una visión general de las oportunidades y amenazas que los exportadores potenciales de los países en desarrollo deberían analizar antes de tomar una decisión de exportar a la Unión Europea (UE). De esta manera se dan a conocer aspectos importantes del mercado de la UE.

El presente estudio examina la UE en general y de los mercados, en particular de: Alemania, Francia, el Reino Unido, Italia, España y los Países Bajos.

### La UE un mercado en constante crecimiento

El mercado de carteras y billeteras de la UE tuvo un valor de casi €1,5 mil millones en el año 2008. Aproximadamente el 79% del mismo se vendió en seis países de la UE, de los cuales Francia fue el más grande. La producción de carteras y billeteras aumentó en un promedio de 7,1% en la UE y fue valorado en €856 millones en el año 2008. Italia fue el país no solo con mayor producción, sino también con carteras y billeteras de alta calidad y moda.

### Carteras y billeteras vendidas a través de puntos de venta no especializados

Más de tres cuartas partes de todas las carteras y billeteras fueron vendidas a través de puntos de venta no especializados. Especialmente a grandes almacenes y puestos de mercado. Cadenas de tiendas especializadas todavía fueron un canal importante en Italia y España. Una proporción creciente de ventas fueron a través de puntos de venta no especializados y por vías directas (como Internet).

### Las importaciones de la UE en carteras y billeteras aumentan

Las importaciones de carteras y billeteras en la UE alcanzaron un valor de €1,2 mil millones en el año 2008 (72 mil toneladas), un incremento anual promedio de 11% desde el año 2004. Los volúmenes de ventas aumentaron en un 5,8% desde el año 2004.

Aunque las importaciones de la UE de los países en desarrollo aumentó entre los años 2004 y 2008, la participación de los países en desarrollo en las importaciones de la UE crecieron marginalmente de 49% (74% en volumen) en 2004 a 50% (74% en volumen) en el año 2008. Teniendo un valor de €611 millones en el año 2008. Sin embargo, la oferta de carteras y billeteras de los países en desarrollo, encabezadas por China e India, tienen un impacto importante en las operaciones del mercado de consumo en muchos de los países de la UE.



## Descripción del Mercado: Consumo y Producción Tamaño del Mercado

En el año 2008, las ventas al por menor de carteras y billeteras en la UE estuvieron estimadas en €1,5 mil millones, de los cuales el 79% fue vendido en los seis países (Alemania, Francia, el Reino Unido, Italia, España y los Países Bajos) seleccionados. Entre el año 2004 y 2008, el consumo total de la UE se ha mantenido sin cambios, sin embargo, se han experimentado crecimientos en Francia, el Reino Unido y España, mientras que las ventas cayeron en Italia, Alemania y Países Bajos. El mercado ha crecido a causa de un auge en el crédito bancario, en identificación y el uso de tarjetas con responsabilidad, que requerían de billeteras para almacenar estas tarjetas. Sin embargo, las ventas han decrecido para el año 2008. La mayoría de las billeteras y carteras tienen compartimientos separados para las tarjetas. Como la gente lleva un exceso de tarjetas, ha existido una demanda adicional de porta tarjetas de crédito y las grandes carteras de línea delgada, pero un alejamiento de las carteras que no están diseñadas para el acomodo fácil de las tarjetas.

Las carteras y billeteras representaron aproximadamente el 14% de las ventas de los equipajes y accesorios (de cuero), con variaciones significativas entre los países.

No hay estadísticas disponibles sobre el consumo por tipo de cartera o billetera. Sin embargo, las importaciones de la UE por material pueden proporcionar una idea de la distribución por grupo de productos. En el año 2008, las importaciones de la UE de carteras y billeteras estaban subdivididas de la siguiente manera:

- Carteras y billeteras de cuero: 52% del valor total de importaciones de la UE (22% en volumen)
- Carteras y billeteras de tejido: 19% del valor total (26% en volumen)
- Carteras y billeteras de hojas de plástico: 23% del valor total (39% en volumen)
- Carteras y billeteras de fibra vulcanizada, papel o cartón: 6% del valor (13% en volumen)



El consumo per cápita de carteras y billeteras, es mayor que la media de la UE en países como Italia, el Reino Unido, Francia y España, donde el estilo y la marca desempeñan un papel muy importante. Sin embargo, la mayoría de los consumidores de otros países perciben esos detalles menos importantes, porque las carteras o billeteras se encuentran principalmente en lugares fuera del alcance de la vista, como bolsillos o en bolsas. En general, la mayoría de las personas en los países de la UE tienen un gusto tradicional en comprar carteras y billeteras por razones prácticas, o cuando el que se tiene ha envejecido. No obstante, las carteras y billeteras, se mantienen siendo regalos populares para los cumpleaños y la Navidad, especialmente para hombres.

Las carteras representaron el 55% del mercado de los accesorios pequeños del Reino Unido (en valor) en el año 2006. Más de la mitad fue hecho de cuero. Sin embargo, la proporción de carteras se ha reducido, debido al auge de las tarjetas de crédito. Muchas carteras anteriormente no tenían espacio para guardar tarjetas de crédito. Hoy en día el segmento de la cartera ha recuperado cuota de participación por

encontrarse cada vez más diversificada. Hay carteras del "estilo billetera", que tienen un compartimiento de la tarjeta de crédito. Además, las carteras son hechas de diferentes materiales, que son populares entre los adolescentes y las jóvenes.

Las carteras de cuero son las más populares para las mujeres. Son suaves y flexibles al tacto, y están hechas de cuero de oveja, cuero de vaca, cuero italiano, napa de cabra, etc., y están disponibles en muchos colores como el marrón, negro, guinda, rojo y muchos otros colores innovadores o en otros contrastes. Hay muchos estilos de carteras disponibles, los más populares son monederos, bolsos caja de cigarras, bolsas bordadas, bolsas acolchadas, bolsos de lentejuelas, bolsos licencia de placas, monederos de fotos e incluso bolsos perro. Tienden a tener las siguientes características:

- Diseños elegantes y delgados
- Múltiples compartimentos con separadores
- Forros de interior de raso, seda y terciopelo
- Compartimentos internos con bolsillos con cremallera o botones
- Bolsillos exteriores que son multifuncionales y numerosos
- Carteras cerradas con una cremallera central o solapas con botones magnetizados

Las billeteras representaron el 45% del mercado de los accesorios pequeños del Reino Unido (en valor) en el año 2006, de los cuales el 60% fue hecho de cuero. Las billeteras más grandes de estilo tradicional siguen siendo un elemento de regalo popular para los hombres. El tamaño de la cartera se ha reducido con menos espacio para las tarjetas. El "porta billetes" con comportamientos para monedas y tarjetas de crédito continúan siendo los más populares para el hombre.

Billeteras de moda son parte de los accesorios de moda y que pueden coincidir con su traje. Hay diseños con patrones tales como piel de serpiente y piel de venado en colores negros, marrones, grises, morados y en casi todos los colores. La inclinación es tener una billetera que incluya un organizador que cabe en los bolsillos y tiene la capacidad de manejar efectivo, cambio, tarjetas de bancos y tiendas, e incluso artículos más grandes como un talonario de cheques. Debería plegarse en un espacio menor que su tamaño actual. Hay billeteras de dos pliegues y tres pliegues, y en ocasiones más. Muchas carteras y billeteras tienen una ventana transparente para una tarjeta de identificación, pases de autobús/tren o de fotos. Los hombres suelen mantener el cambio en los bolsillos y prefieren una billetera de línea delgada o billetera de tarjetas de crédito y billetes.



Las carteras y billeteras son vistas como artículos de primera necesidad. Son de uso diario y necesitan ser reemplazados. La mujer promedio tiene al menos tres carteras, aunque la propiedad masculina de billeteras es menor. Artículos de calidad superior son apreciados por su atractivo estético, así como sus aplicaciones prácticas, aunque son más los consumidores que se sienten atraídos por el segmento de precios bajos y una oferta más amplia de estilos. Esto es particularmente el caso de algunas partes del este de Europa. Las ventas son también impulsadas por el aumento de la población, y

pueden ser más sensibles a la recesión económica que otros productos tales como los equipajes.

### Perspectiva del mercado

El mercado no aumentó en valor en el año 2009 y las ventas también estarán en conflicto en el año 2010. Puede ser antes del año 2011 que el crecimiento en el mercado vuelve a sonar. Sin embargo, los productos en este mercado están evolucionando debido al crecimiento en los pequeños dispositivos electrónicos que ahora el usuario lleva consigo. Esto resultará en bolsas más pequeñas que pueden contener pequeños teléfonos, iPods, así como dinero en efectivo y tarjetas. Esto continuará siendo un gran mercado para una mayor calidad de pequeños artículos de cuero, principalmente para consumidores de mayor edad, pero las importaciones de menor precio seguirán haciendo incursiones en el mercado ya que son populares entre los jóvenes con menos ingresos disponibles.

### Producción

Accesorios pequeños de cuero, compuestos principalmente por carteras y billeteras, son un pequeño segmento del grupo de equipaje y la producción de accesorios (de cuero) en la UE. En el año 2008, estaba valorado en €856 millones. Esta cifra incluye la producción en los principales mercados de la UE, lo que representa más del 90% de este valor, así como la producción en Rumania, República Checa, Polonia y Portugal donde las carteras y billeteras son un elemento importante.

En el año 2008, la proporción de pequeños accesorios (de cuero) en la producción de la UE era de un promedio del 14% del valor total de la producción. Se han producido los siguientes cambios en la producción, en los países seleccionados desde el año 2004:

- En Italia, la participación en la producción de carteras y billeteras en la UE ha crecido de 16% a 17%.
- En Francia, la participación en la producción de carteras y billeteras en la UE ha crecido de 12% a 18%.
- En España, la producción de carteras y billeteras ha disminuido del 26% al 25%.
- En el Reino Unido, la producción de carteras y billeteras ha disminuido del 27% al 18%.
- En Alemania, la producción de carteras y billeteras se ha mantenido alrededor del 6%.
- No hubo producción de carteras y billeteras en los Países Bajos.

Eurostat no proporciona información sobre el material utilizado en la fabricación de carteras y billeteras, aunque globalmente el 30% de todas las carteras y billeteras son hechas de cuero. En consecuencia, es probable que esta cuota sea mayor en la producción de la UE. Las estadísticas de producción tampoco proveen información sobre el tipo de artículos producidos. Se puede suponer que gran parte de la producción de alta calidad y moda de carteras y billeteras provienen de Italia y Francia, mientras que otros países de la UE producen principalmente los estilos clásicos tradicionales, como Alemania.



Se espera que la industria italiana y francesa se encuentren en una posición más fuerte para sobrevivir que otros países, aunque España también tiene una base de producción relativamente fuerte. El tamaño de sus industrias, su reputación en el mercado global y el atractivo de sus marcas dan a estos países una clara ventaja sobre otros países que están menos establecidos en esta industria. Otros países se enfrentarán a dificultades en el futuro para mantener su producción. Además se espera que, todo el sector de equipajes y accesorios (de cuero) sufran una caída de las exportaciones a países fuera de la UE debido al fortalecimiento del tipo de cambio del euro frente a otras monedas líderes.

Las carteras y billeteras no cuestan demasiado para producir y no son demasiado difíciles de hacer, son de peso ligero y fácil de transportar largas distancias. Esto implica que la producción puede ser realizado donde los costes laborales sean más bajos, esto quiere decir en países como los asiáticos, África, Latino América o en los países del este de la UE.

### Tendencias en la producción

La producción de carteras y billeteras en la UE no son significativas, especialmente en comparación con bolsos de mano. Aunque el valor de la producción haya aumentado, ha habido una disminución gradual del volumen de la producción. La mayoría de la producción de estos productos han sido elaborados de cuero, pero la competencia de las importaciones de bajo costo, sobre todo hecho de otros materiales, lo ha hecho muy difícil para muchos productores en mantenerse en el negocio. Existe una tendencia creciente de artículos de cuero de mejor calidad también producidos fuera de la UE. Por lo tanto, los productores de la UE tienen que especializarse, o centrarse en la alta gama del mercado para sobrevivir, por ejemplo, trabajando juntos o trabajando con casas de moda o con diseñadores.

### Oportunidades y amenazas

- Muchas oportunidades se encontrarán en las exportaciones de países en desarrollo, considerando las posibilidades que han sido creadas por la creciente demanda de pequeños artículos de cuero ecológicamente amistosos, si están hechos de materiales reciclados, o utilizando más procesos de medio ambiente amistosos.
- Las oportunidades se encuentran al mantener una estrecha vigilancia sobre las últimas tendencias de la moda. Por ejemplo el sector de los niños para carteras de moda es muy sensible. Esto puede implicar un nuevo color para cada temporada o un nuevo personaje que se ha hecho popular en un programa de televisión.
- Las oportunidades existen para los fabricantes de artículos de cuero si pueden encontrar una asociación con un fabricante de un país de la UE que necesita encontrar una fuente de menor costo de producción, mientras que existen oportunidades para los exportadores que tienen acceso a los últimos avances en nuevos materiales y que pueden demostrar las ventajas del mercado que se derivan de estos nuevos materiales.
- Más oportunidades de interés parecen provenir en este grupo de productos mostrado por las mujeres en lugar de los hombres. Las mujeres están más interesadas en cambios en la moda y puede encontrar usos de diferentes carteras en distintas ocasiones, mientras que los hombres tienden a usar la misma billetera hasta que necesite ser reemplazada.



- El segmento de artículos de regalo sigue siendo un canal interesante para los exportadores, ya que es quizás más fragmentado que el mercado de consumo general y los exportadores pueden encontrar más fácil llegar al comprador.

La misma evolución o tendencia puede ser una oportunidad para un exportador y una amenaza para el otro. Los exportadores, por tanto, deben analizar si la evolución y las tendencias analizadas en este capítulo proporcionan oportunidades o amenazas. El resultado de este análisis depende de circunstancias específicas de cada exportador.

### **Canales de comercio**

Carteras y billeteras se venden principalmente a través de grandes almacenes, tiendas de variedades, puestos de mercado, especialistas en equipaje y accesorios. Las carteras son compradas por las mujeres, por lo que la distribución tiende a seguir el patrón de los grandes almacenes y venta al por menor de ropa para mujeres. Las billeteras de los hombres se venden a través de los canales de ropa masculina. El canal más importante para entrar en el mercado de carteras y billeteras es a través del canal directo (con los minoristas). Los minoristas no especializados dominan, sin embargo, esto varía entre países. Algunos grandes minoristas y muchas empresas de servicio importan directamente de los fabricantes en el extranjero.

El canal indirecto, o por medio de un mayorista o importador, sigue siendo el canal más importante para entrar en el mercado de carteras y billeteras en Italia y España. En estos países, los pequeños mayoristas y especialistas al por menor son tan importantes como los grandes almacenes. A diferencia de otras partes de la UE, hay menos cadenas especializadas. El sector de venta al por mayor sirven a los especialistas de ventas al por menor y muchas veces no requieren grandes cantidades. Otros canales importantes para carteras o billeteras son empresas de servicio, como las compañías de alta calidad, las compañías petroleras, líneas aéreas y compañías de tarjetas de crédito.

El papel de los agentes sigue siendo importante en el alto segmento de precio/moda, donde la exclusividad tiene un papel importante. Sin embargo, en el norte y el oeste de países de la UE ha disminuido su influencia debido a la mayor importancia de los grandes minoristas. Sin embargo, los mayoristas siguen siendo una alternativa intermediano a los grandes minoristas. Grupos de compras son importantes en algunos países, particularmente en Alemania y los Países Bajos.

### **Estructura del precio**

Los márgenes en los accesorios pequeños, incluyendo carteras y billeteras se han reducido en los últimos años. Esto ha tendido a dar lugar que los precios del productor se hayan estado restringiendo. Sin embargo, no son sólo los productores quienes han sido golpeados. Muchos vendedores minoristas también han tenido que reducir sus márgenes, a veces a niveles que no pueden pagar, con el fin de seguir siendo competitivos. El beneficiario último de esta disminución de los márgenes es el consumidor.

Cada canal de comercio tiene diferentes márgenes y precios aplicables. Si las carteras y billeteras son importadas por un minorista que compra a un mayorista, los múltiplos varían entre 2,9 y 3,9 veces los precios de la exportación (CIF). Por lo general los márgenes de los mayoristas oscilan entre 30-50% del precio de exportación, los márgenes de los agentes están entre 6 a 12%, mientras que los márgenes de los minoristas se encuentran entre 95-120%

El IVA es incluido en los precios al consumo: Alemania (19%), Francia (19,6%), Italia (20%), Reino Unido (17,5%), España (16%) y Holanda (19%).

Estos márgenes variarán en función del acercamiento del segmento de mercado, así como en el tipo de distribuidor. Los grandes almacenes, la ropa y la variedad de cadenas de hipermercados piden volúmenes grandes de descuentos, que luego se transmiten a sus tiendas afiliadas.

### Encontrar un socio comercial adecuado

Hay distintas maneras de buscar un socio comercial adecuado en la UE. El primer lugar para buscar, es poniéndose en contacto con la principal asociación comercial, seguido de ferias comerciales, que tienden a presentar una lista de los expositores, muchos de los cuales pueden ser socios potenciales. Revistas de comercio también pueden ser una buena fuente de contactos. El Centro de Comercio Internacional (ICC) es una buena fuente de contactos (<http://www.intracen.org>). El portal de la moda de fibra, cuenta con una sección donde usted puede ponerse en contacto con los importadores (<http://www.fibre2fashion.com>) entre otros.

### Comercio: importaciones y exportaciones Importaciones

Las importaciones de carteras y billeteras en la UE alcanzaron un valor de €1,2 mil millones en el año 2008 (72 mil toneladas), un aumento medio anual del 11% desde el año 2004 (5,8% en volumen). La participación de las importaciones intra-UE ha decrecido de 42% (19% en volumen) a tan solo por debajo de 42% (pero un aumento a 21% en volumen). Aunque no aparece en este informe, los valores de importación en el año 2008 para Bélgica (€45 millones) fueron cercanos a los de Países Bajos (€48 millones). Esto sugiere que puede haber una considerable cantidad de re-exportaciones de ambos países y muchas de estas importaciones, de hecho, pueden tener su origen en los países en desarrollo.

Las importaciones de la UE procedentes de países en desarrollo aumentaron. Sin embargo, la proporción de importaciones de la UE de países en desarrollo crecieron marginalmente de 49% (74% en volumen) en el año 2004 a 50% (74% en volumen) en el año 2008. La razón principal es un aumento sustancial de importaciones de la UE procedentes de otros países de la UE.

Dentro de los países en desarrollo, China es el proveedor dominante. En el año 2008, las importaciones procedentes de China alcanzaron un valor de €435 millones (46 mil toneladas), un aumento medio anual del 12% desde el año 2004 y un aumento del 6,3% en volumen. Proveedores de la India aumentaron en un 7,5% en valor y un 5,6% en volumen hasta alcanzar los €127 millones (4,9 mil toneladas) en el año 2008. Esto puede ilustrar más las importaciones de la UE de partidas de costes más bajos pero los precios de carteras y





billeteras importadas de países en desarrollo empiezan a crecer. De los otros principales proveedores de países en desarrollo, las importaciones procedentes de Tailandia, Turquía, Vietnam, Moldavia, Tunisia, Marruecos y Croacia aumentaron.

La producción de carteras y billeteras fue valorada en €856 millones en el año 2008, frente a los €651 millones en el año 2004, un incremento medio anual del 7,1%, a pesar que la producción en volumen ha disminuido. Las exportaciones fueron de aproximadamente 28% superiores a las importaciones y las exportaciones están aumentando a un promedio de 8,8% anual (más bajo que el índice de crecimiento de las importaciones). El consumo de billeteras, carteras y otros accesorios pequeños de cuero fueron creciendo lentamente, pero aún así se espera que las importaciones sigan representando una proporción cada vez mayor del mercado.

Por grupo de sub-productos, las importaciones de la UE de billeteras y carteras consistió en:

- Artículos de cuero o cuero charolado (52% del valor o €637 millones, 22% del volumen o 16 mil toneladas, una proporción cada vez mayor).
- Artículos de hojas de plástico (23% del valor o €278 millones, 39% del volumen o 28 mil toneladas, una proporción cada vez mayor).
- Artículos de materias textiles (19% del valor o €233 millones, 26% del volumen o 19 mil toneladas, una proporción que decrece).
- Artículos de fibra vulcanizada, papel o cartón (6,2% del valor o €76 millones, 13% de volumen o de 9,3 mil de toneladas, una reducción de la cuota)

### Exportaciones

Las exportaciones de carteras y billeteras se han incrementado durante el período. 2004-2008 El aumento del volumen es menor que el incremento del valor, lo que indica el aumento de los precios. Sin embargo, como la producción de la UE de carteras y billeteras en el año 2008 fue de €856 millones, parece que más de la mitad de todas las exportaciones son re-exportaciones. España fue el único país importante en no registrar un aumento de las exportaciones (en valor). Un 67% de todas las exportaciones son carteras y billeteras de cuero. Alrededor del 64% de las exportaciones de la UE fueron a destinos fuera de la UE liderado por Japón, Hong Kong, Estados Unidos de América, Suiza y Singapur.

### Oportunidades y amenazas

- La UE presenta un panorama mezclado de oportunidades y amenazas para los exportadores de carteras, billeteras y otros accesorios pequeños (de cuero) de los países en desarrollo. Tienen un crecimiento del mercado minorista doméstico, pero la producción local ha ido disminuyendo. Las importaciones han venido aumentando consistentemente en los últimos años, particularmente desde el año 2004.
- El hecho de que la cuota de valor de las importaciones procedentes de países en desarrollo haya aumentado más que la cuota de volumen, indica que los precios de importación están creciendo más rápidamente que los precios de otras fuentes. Esto sugiere que más oportunidades pueden ser encontradas en el segmento medio o alto de mercado.
- Los grandes proveedores de Asia, especialmente China y, en menor medida, la India, siguen dominando el mercado. Sin embargo los exportadores más pequeños de países en desarrollo pueden encontrar oportunidades en segmentos de nicho en mercados diversos, por ejemplo, productos con un diseño étnico en particular.

- Las mejores oportunidades parecen estar en artículos hechos de cuero. Plástico o textil en menor medida.
- Italia ha experimentado el mayor crecimiento en las importaciones, especialmente de artículos de cuero que han estado ofreciendo oportunidades. De hecho, todos los principales importadores, con la excepción de los Países Bajos han mostrado mayores oportunidades de artículos hechos de cuero.

También es importante señalar que una oportunidad para un país en desarrollo puede ser también una amenaza para otro. Muchos países de la UE cambian de fuentes de los países para lograr ventajas competitivas, en lugar de mover un proveedor debido a los cambios en la demanda por otras razones. Los exportadores deberán leer cuidadosamente las tendencias y evoluciones analizadas en otras partes de esta investigación antes de determinar una oportunidad de exportación. El resultado de este análisis dependerá de la situación específica de cada exportador.

### Requisitos de acceso al mercado

Un fabricante en un país en desarrollo en preparación para acceder a un país de la UE, debe ser consciente de los requisitos de acceso al mercado de sus socios comerciales y el gobierno del país respectivo. Los requisitos son exigidos a través de la legislación y por medio de etiquetas, códigos y sistemas de gestión. Estos requisitos se basan en el medio ambiente, la salud y seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales. Usted necesita cumplir con la legislación de la UE y tiene que ser consciente de las necesidades adicionales de carácter no legislativo que sus socios comerciales en la UE podrían pedir.

Para obtener información sobre los requisitos legislativos y no legislativos, vaya a "Búsqueda en base de datos" de CBI en <http://www.cbi.eu/marketinfo> , seleccione equipaje y accesorios (de cuero) y su país de interés en la búsqueda por categoría, haga clic en el botón de búsqueda y haga clic sobre los requisitos de acceso al mercado.

### Exigencias específicas de calidad

Cuando exporte billeteras y carteras, tenga cuidado de las siguientes exigencias de calidad:

- Carteras y billeteras tienen un compartimento para acomodar ambas monedas pequeñas junto a la grande y pesada moneda de 2 euros, puesto que las personas de la UE manejan una gran cantidad de monedas.
- En ambas carteras y billeteras debe haber por lo menos cuatro compartimentos: para las tarjetas bancarias, tarjetas de crédito, tarjetas de socio de club, cuyo tamaño es internacional, como American Express o Mastercard.
- Evitar el uso de cuero repujado (grabado en relieve) y costuras en colores contrastantes.

Información detallada del empaquetado puede ser encontrado en el sitio web de ITC en empaquetado para la exportación: <http://www.intracen.org/ep/packit.htm>  
Información en tarifas y cuotas puede ser encontrada en <http://exporthelp.europa.eu/>

## Haciendo negocios

Las formas más importantes para desarrollar una relación de negocios se presentan ya sea en una de las principales ferias de artículos de cuero, o hacer un acercamiento directo a los mayoristas o minoristas importantes. En la UE, los empresarios prefieren una forma más elegante de comunicación, tanto en la forma en que una presentación es realizada, y en la forma que el contacto se ha realizado.

Los empresarios están muy interesados en el precio, pero también es importante tener en cuenta desde el principio la importancia de retener a sus clientes a través de altos niveles de servicio. Muchos compradores no siempre son fieles y es mucho más fácil perder un cliente que encontrar uno nuevo. También es extremadamente importante que tenga un sitio Web profesionalmente producido, por lo que los socios potenciales son capaces de ver por sí mismos de forma independiente el tipo de organización que usted representa. A lo mejor hacen una evaluación de la empresa sobre esta base. Su sitio Web le permitirá ponerse en contacto con los consumidores directamente. Vea la publicación del CBI "Website promotion - How to promote your website in the EU". [http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/website\\_promotion\\_how\\_to\\_promote\\_your\\_website\\_in\\_the\\_eu?via=pub](http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/website_promotion_how_to_promote_your_website_in_the_eu?via=pub)

Información general sobre cómo hacer negocios, cómo acercarse a los posibles socios comerciales, la construcción de una relación, la elaboración de una oferta, el manejo del contrato (métodos de pago y condiciones de envío) se puede encontrar en los manuales de exportación "Export Planner" y "Your image builder". Por otra parte la conciencia cultural es una habilidad crítica para asegurar el éxito como exportador. La información sobre las diferencias culturales en la UE se puede encontrar en el capítulo 3 del manual de exportación de CBI "Exporting to the EU". Estos manuales se pueden descargar desde <http://www.cbi.eu/marketinfo> - ir a las publicaciones de búsqueda.



## Revistas de comercio

La publicidad en revistas comerciales a veces puede ser un medio eficaz de llegar a un grupo pequeño. Vea informes de prensa de comercio de cada país en los países más importantes de la UE.

- Cuero internacional - <http://www.leathermag.com>.
- Revista mundial de cuero Magazine - <http://www.leatherbiz.com>.

## Ferias de comercio

Las ferias de comercio líder para la industria del equipaje y los accesorios en la UE son:

- **Italia** (El Show de la Bolsa de Milán - <http://www.mipel.com>)
- **Francia** (en París-y <http://www.lesalondelamaroquinerie.com>  
<http://www.premiere-classe.com>)
- **Alemania** (en Offenbach - <http://www.messe-offenbach.de> )
- **El Reino Unido** (Ferias en primavera y otoño en Birmingham-  
<http://www.springfair.com> y <http://www.autumnfair.com>)
- **España** (Iberpiel en Madrid - <http://www.semanapiel.ifema.es>)
- **Los Países Bajos** (los detalles se pueden encontrar en la  
<http://www.schoenencentrum.nl> )

## Asociaciones comerciales

En una escala de la UE, 'Euroleather' es la principal asociación comercial para la industria del cuero (<http://www.euroleather.com>). Otros contactos útiles son:

- Portales en línea - <http://www.leathernet.com> y <http://leather.tradeworlds.com>
- La conexión de cuero - <http://www.theleatherconnection.com>
- Shoefononet - <http://www.shoefononet.com> - es un portal dedicado al calzado, marroquinería e industrias afines
- La Asociación Europea de Productos Promocionales - <http://www.eppa-org.eu> - representa a la industria de regalo



Fuente: CBI ( [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu) )



Traducción libre: Sergio R. Angulo Numbela, Pasante Nacional-IBCE

## Fuentes fotográficas

- <http://img138.imageshack.us/>
- <http://images.quebarato.com.br/>
- <http://www.lacotoneria.com/>
- <http://images.quebarato.com.br/>
- <http://tangazos.com/>
- <http://www.catron.cl/>
- <http://images01.evisos.com.pe/>
- <http://bolivia.anunico.com/>