

Oficina Económica y Comercial
de España en Hong Kong

Estudios de Mercado

Hong Kong: Mercado de Baldosas Cerámicas

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

Hong Kong: Mercado de Baldosas Cerámicas

Este estudio ha sido realizado
por la Oficina Económica y Comercial
de España en Hong Kong

Abril 2003

INDICE

I. INTRODUCCIÓN	5
1. DEFINICIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	5
1.1 Investigación secundaria	5
1.2 Visitas a tiendas	5
1.3 Entrevistas en la industria y a expertos	6
1.4 Análisis y edición	6
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA	7
1. ANÁLISIS CUANTITATIVO	7
1.1 Oferta de baldosas cerámicas por país de origen	7
2. ANÁLISIS CUALITATIVO	11
2.1 Obstáculos comerciales	11
2.2 Hacer negocios en Hong Kong	11
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO	13
1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	13
1.1 Sistema de distribución de baldosas cerámicas en Hong Kong	13
2 PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE BALDOSAS CERÁMICAS EN HONG KONG	17
2.1 Arnhold & Co. Ltd.	18
2.2 Companion Building Material Supplies (HK) Ltd.	19
2.3 Harbour Building Material Supplies Co., Ltd.	20
2.4 B.S.C. Ceramic Tiles Supply Ltd.	21
2.5 Sanitus Building Materials Ltd.	22
IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	23
1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE BALDOSAS CERÁMICAS EN HONG KONG	23
1.1 Hong Kong es un gran mercado internacional	23
1.2 Impacto del entorno macroeconómico en la demanda de materiales de construcción	28
2. ESTRUCTURA DE LA DEMANDA LOCAL DE BALDOSAS CERÁMICAS	32
2.1 Aplicación de las diferentes baldosas cerámicas en Hong Kong	32
2.2 Segmentación de precios en el mercado	35
2.3 Modas que afectan a la demanda local de baldosas cerámicas	38
V. ANEXOS	41
1. INFORMES DE FERIAS	41
2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	42
2.1 Lista de entrevistados	42
2.2 Otros distribuidores de baldosas cerámicas activos	43
3. BIBLIOGRAFÍA	44

INTRODUCCIÓN

1. DEFINICIÓN DE LA METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Investigación comercial

Se emplearon cuatro metodologías:

- Investigación secundaria
- Entrevistas en profundidad con altos ejecutivos de compañías de la industria de la construcción y de los materiales de construcción de Hong Kong.
- Observación en campo y visitas a tiendas.
- Análisis y edición.

1.1 Investigación secundaria

Objetivo: encontrar toda información pública accesible. Esto servirá de base para realizar referencias cruzadas con los datos de la entrevista y como incentivo para los entrevistados.

Fuentes principales (ver apéndice para detalles):

- Publicaciones gubernamentales y estadísticas oficiales
- Reportajes y estudios publicados
- Periódicos y publicaciones de la industria de la construcción y prensa económica especializada
- Materiales de promoción y publicidad.

1.2 Visitas a tiendas

Objetivos: Observar el surtido de baldosas cerámicas o azulejos del mercado minorista y comprobar precios al por menor.

Se visitaron diversos minoristas especializados y establecimientos mayoristas.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.3 Entrevistas en la industria y a expertos

Objetivo: Entrevistar altos ejecutivos de la industria de la distribución de baldosas cerámicas (directores ejecutivos, directores de ventas y marketing, propietarios de tiendas) y de la industria de la construcción (arquitectos, directores de proyecto, diseñadores de interiores).

Se realizaron contactos personales con contactos clave del negocio del mármol y se entrevistó a ejecutivos de los siguientes tipos de compañía:

- Distribuidores y minoristas de baldosas cerámicas
- Contratistas (importadores y compradores de baldosas cerámicas)
- Arquitectos y diseñadores de interiores
- Compañías de desarrollo y gestión de la propiedad

1.4 Análisis y edición

Objetivo: validar y contrastar hallazgos de las entrevistas y la investigación secundaria. Las estimaciones y hallazgos iniciales fueron sujetos a rigurosos análisis, incluyendo controles de calidad sobre la integridad de las entrevistas y la exhaustividad de la investigación secundaria, valoración de la consistencia y lógica internas, y un análisis adicional para valorar el potencial del mercado y formular conclusiones estratégicas.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. ANÁLISIS CUANTITATIVO

1.1 Oferta de baldosas cerámicas por país de origen

1.1.1 Análisis de la oferta por país de origen

2.1 Análisis de la oferta de baldosas cerámicas por país de origen

	1997	1998	1999	2000	2001	2002F*	CAGR (97'-01')
<u>Volumen (en toneladas)</u>							
1-China	92	109	110	112	123	138	+7%
2- Italia	118	88	83	103	91	73	-6%
3- España	140	74	47	45	37	26	-28%
4- Japón	46	50	38	32	31	32	-10%
Malasia	7	16	11	13	13	11	+18%
Taiwan	8	13	27	29	10	5	+5%
E.A.U.	20	19	18	10	8	7	-21%
Otros	20	19	17	29	21	15	1%
Total	450	387	351	373	333	309	-7%
<u>Valor (en US\$ m)</u>							
1- China	35	39	36	33	35	40	+1%
2- Italia	93	64	55	60	57	41	-12%
3- España	61	32	21	19	16	12	-28%
4- Japón	36	38	26	27	26	23	-8%
Malasia	3	6	4	4	5	4	+9%
Taiwan	4	5	10	10	3	2	-4%
E.A.U.	6	5	5	3	3	2	-17%
Otros	14	12	10	14	10	8	-8%
Total	252	201	167	171	156	131	-11%

Nota: las cifras para 2002 son proyecciones de las cifras de Enero a Agosto 2002.

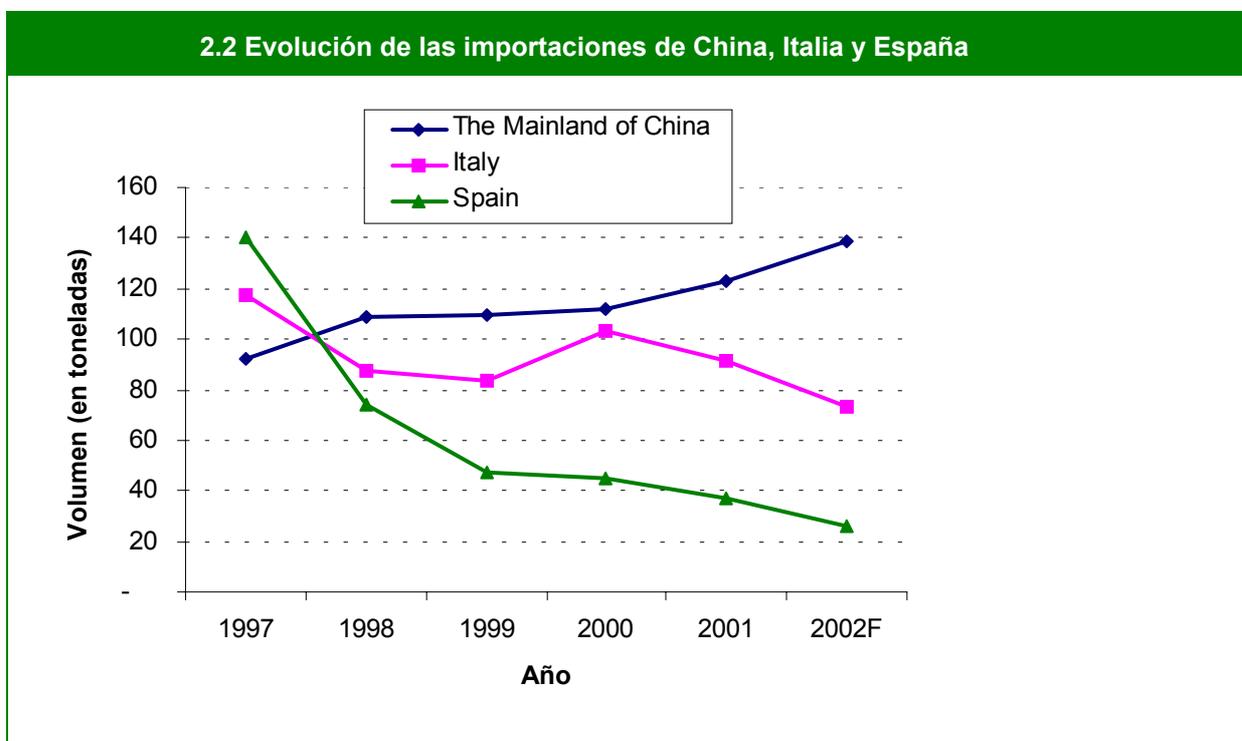
Fuentes: Hong Kong Census and Statistics Department

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

La oferta está sorprendentemente muy concentrada

- Más del 85% de los azulejos vendidos en Hong Kong provienen de cuatro países mayoritariamente: China, Italia, España o Japón, que poseen al menos el 10% del mercado cada uno.
- El 15% restante provienen principalmente de Malasia, Taiwán y Emiratos Árabes Unidos.

1.1.2 Tendencias de la oferta: China está emergiendo como el proveedor más importante



Nota: las cifras para 2002 son proyecciones de las cifras de Enero a Agosto 2002.

Fuentes: Hong Kong Census and Statistics Department

La vitalidad de las exportaciones chinas

- China es ahora el exportador nº 1 a Hong Kong
- A pesar de la recesión en general del mercado hongkonés, las exportaciones chinas han ido en contra de las tendencias y han crecido continuamente incluso durante los años más difíciles de 1998 y 1999.
- Las importaciones de China fueron de 92.000 toneladas en 1997 y crecieron a 123.000 toneladas en 2001; la tasa de crecimiento anual acumulativo fue del 7% en el periodo.

Los principales competidores de China, España, Italia y Japón están perdiendo cuota de mercado.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

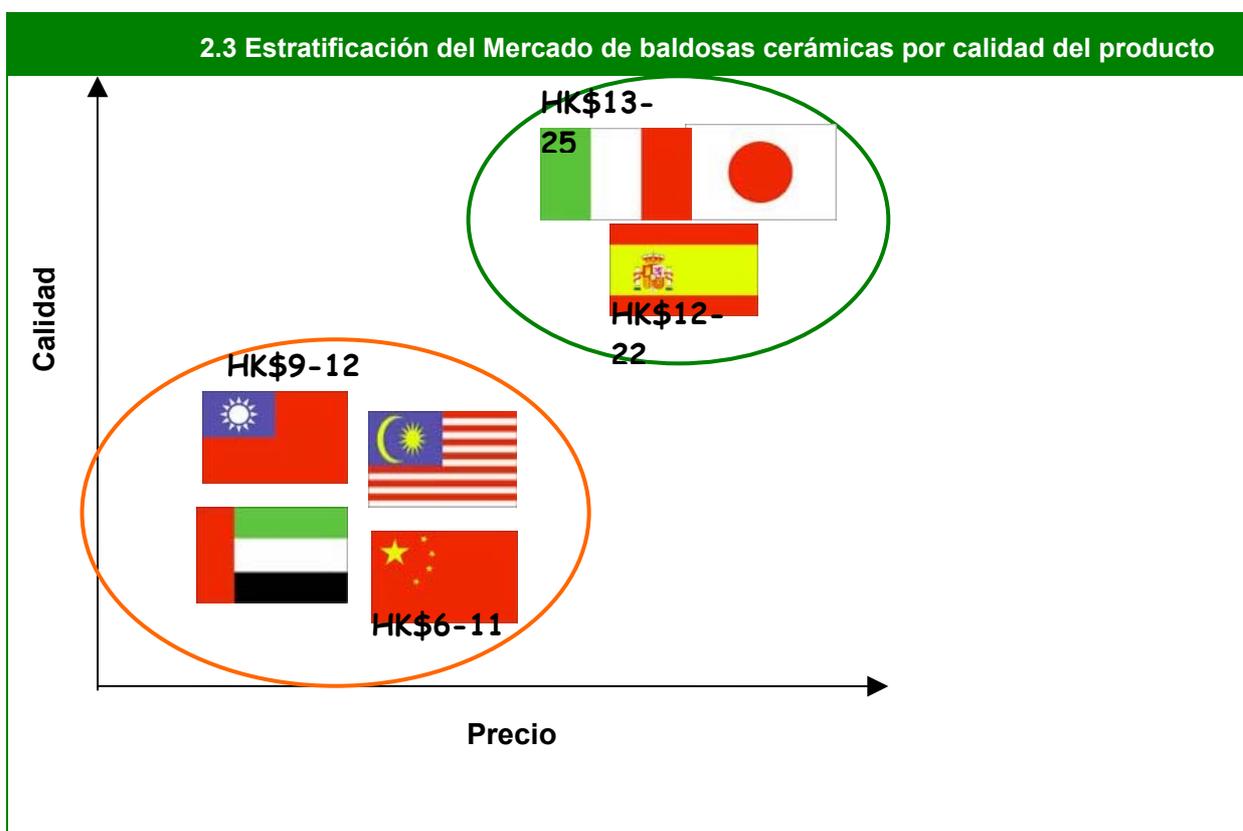
- De hecho, España es la que más está sufriendo, con exportaciones a Hong Kong decreciendo a una alarmante tasa del 28% anual.
- En 1997, España solía ser el principal exportador con una cuota del 31% del mercado total. Desde entonces, las exportaciones a Hong Kong han caído rápidamente a 26.000 toneladas en 2002, ¡una caída del 80%!

Las exportaciones Españolas han caído más del 80% en los últimos 5 años.

- Las importaciones de Italia también han registrado un crecimiento negativo, pero la situación no es tan crítica como la de España. En 1997 se importaron 118.000 toneladas, lo que representa una cuota del 26% del mercado. Las importaciones de Italia decrecieron hasta 1999 y entonces repuntaron de nuevo en 2000. Las importaciones de 2002 alcanzarán las 73.000 toneladas, o el 24% del mercado.

1.2 Posicionamiento de los productos de diferentes países

Respecto a la calidad de los productos el mercado estratificado a grandes rasgos en dos capas. Los productos de Italia, Japón y España están considerados como los de mayor calidad en general.



Fuente: Entrevistas y visitas a tiendas

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.2.1 Mercado de alta gama

Italia es la referencia

- Desde el punto de vista de distribuidores y minoristas, tanto el diseño como la calidad de los azulejos italianos están considerados los mejores del mundo.
- Italia es percibida como el país con las mejores técnicas de producción y con los diseños más de moda en azulejos.

España la sigue de cerca

- Los azulejos de España están también considerados como de alta calidad, pero Italia tiene la ventaja en los mercados más prestigiosos gracias a sus diseños superiores.
- Como comentaron algunos entrevistados, “los azulejos españoles son más anticuados y menos innovadores en comparación con los productos italianos”.
- Aunque los precios de los azulejos de estos dos países son generalmente más caros, son la primera elección de los consumidores preocupados por la calidad y están presentes en casi todos los establecimientos minoristas de venta de azulejos.

Japón se diferencia ofreciendo productos únicos

- Las baldosas cerámicas japonesas no son tan visibles en el mercado minorista como China, Italia y España pero aún así tienen mucho éxito:
- Los entrevistados comentaron que los productos japoneses no solo compiten en diseño, sino que tratan de encontrar nichos (como azulejos antibacterias, de TOTO). Las cifras de importaciones también muestran que más del 90% de los productos japoneses son del tipo vidriado.
- El precio medio de importación de los productos japoneses es también el mayor entre los países. Según las cifras de 2001, los azulejos japoneses cuestan 837US\$/tonelada, comparado con los 625US\$/ton para los italianos y 435US\$/ton para los productos españoles.

1.2.2 Los productos chinos están mayoritariamente posicionados en el segmento inferior del mercado.

La competencia China está creciendo

- Las baldosas cerámicas de China son considerados generalmente de menor calidad con una innovación mínima en diseños de producto, aunque sus precios son muy competitivos. Aquí hay algunos comentarios de algunos distribuidores y minoristas:

“...muchos productos anuncian “diseñado en Italia y producido en China”, incluso aunque muchos de ellos son copias. Esos productores chinos van a ferias en Europa, roban los diseños de sus competidores europeos y los producen en sus propias fábricas...”

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

“... puedes reconocer los productos chinos tocando la superficie (de los azulejos), no son suaves en absoluto. Y normalmente, los productos chinos son menos duraderos en comparación con los españoles e Italianos, el control de calidad es pobre...”

- Sin embargo otros distribuidores mencionaron que la calidad de los azulejos chinos está mejorando rápidamente: a menudo solo los expertos pueden diferenciarlos de los originales europeos o asiáticos.
- Sin embargo, el hecho es que los productos chinos aún sufren una percepción negativa.
- Los productos de EAU también se consideran de calidad inferior, incluso peor que la china y acabarán por desaparecer del mercado según diversos entrevistados.

Malasia y Taiwán se posicionan en el mercado de gama media

- Los productos malayos y taiwaneses se posicionan en el segmento de precio medio del mercado. Los distribuidores explicaron que los productos de estos dos países eran muy populares en 1998-2000, cuando la calidad de los productos chinos era aún pobre y los tipos de cambio eran favorables al ringgit malayo y al dólar taiwanés.
- Sin embargo, con un dólar americano bajo esperado para 2003 (y por tanto un yuan bajo), su penetración en el mercado seguirá estando limitada.

2. ANÁLISIS CUALITATIVO

2.1. Obstáculos comerciales

- Hong Kong es un puerto libre y no carga con ningún impuesto a la importación a ningún producto en general.
- Solo ciertas categorías de productos de consumo (incluyendo vino y licor, coches, armas y tabaco) están sujetos a cargas a la importación en Hong Kong. Estos impuestos se cargan igualmente a los productos locales e importaciones, que no están para proteger la industria local, sino para disuadir a los consumidores hongkoneses de comprar productos “dañinos”.
- No hay cuotas o control alguno a la importación de baldosas cerámicas en Hong Kong, y por tanto son importados y exportados libremente.

2.2 Hacer negocios en Hong Kong

2.2.1 Aproximación al mercado de Hong Kong

Entrar en contacto con los distribuidores locales

- Los distribuidores consideran las ferias y exposiciones de comercio industrial como el mejor modo de presentar sus productos para los fabricantes de azulejos. La feria de

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

cerámica que tiene lugar en Italia cada año (CERSAIE) está considerada como un evento muy importante para el encuentro de nuevos socios o para el establecimiento de redes industriales.

- También es común para los representantes de ventas de azulejos provenientes de Hong Kong buscar directamente un agente para sus productos.

Ganar ventaja competitiva

- El mercado de las baldosas cerámicas de Hong Kong está inundado de productos chinos y todas las grandes marcas europeas están ya presentes.
- Los entrevistados observan los productos chinos tienen una ventaja en precio absoluta, y los productos europeos deberían evitar la competencia directa con ellos.
- Se sugiere que más bien se centren en el sector de gama media a alta que enfatiza en el diseño y calidad del producto. Aunque el volumen de ventas sea pequeño, los márgenes de beneficio suelen ser mayores en este segmento.
- La entrega a tiempo es un requisito indispensable. Ya que los distribuidores gozan de un tiempo de entrega mucho más corto de sus productores chinos, unos embarques precisos y puntuales son imprescindibles.

Seleccionar socios

¿Cómo evalúan los distribuidores a los fabricantes de azulejos?

- Los distribuidores evaluarán a sus proveedores potenciales antes de comprometerse de algún modo. Todos los entrevistados ven la gama de productos como el primer factor a considerar.
- El precio es secundario si el producto tiene unas características suficientemente únicas y es competitivo en el mercado. No importa cuantas marcas tenga un distribuidor siempre que éstas encuentren una posición única para cada nuevo producto.
- Los distribuidores también investigarán los antecedentes de la empresa para asegurarse de que es fiable y tiene una suficiente estabilidad financiera y de producción.
 - Tamaño de la empresa – ¿tiene suficientes recursos y mano de obra para promover el nuevo producto y hacer ventas?
 - Gama existente de productos – productos llevados por el distribuidor, aunque algunos entrevistados consideran que esto no es un problema si los nuevos productos son suficientemente especiales.
 - Referencias de trabajos – experiencia pasada y reputación del distribuidor
 - Conexiones en la industria – canal de distribución establecido y prácticas.

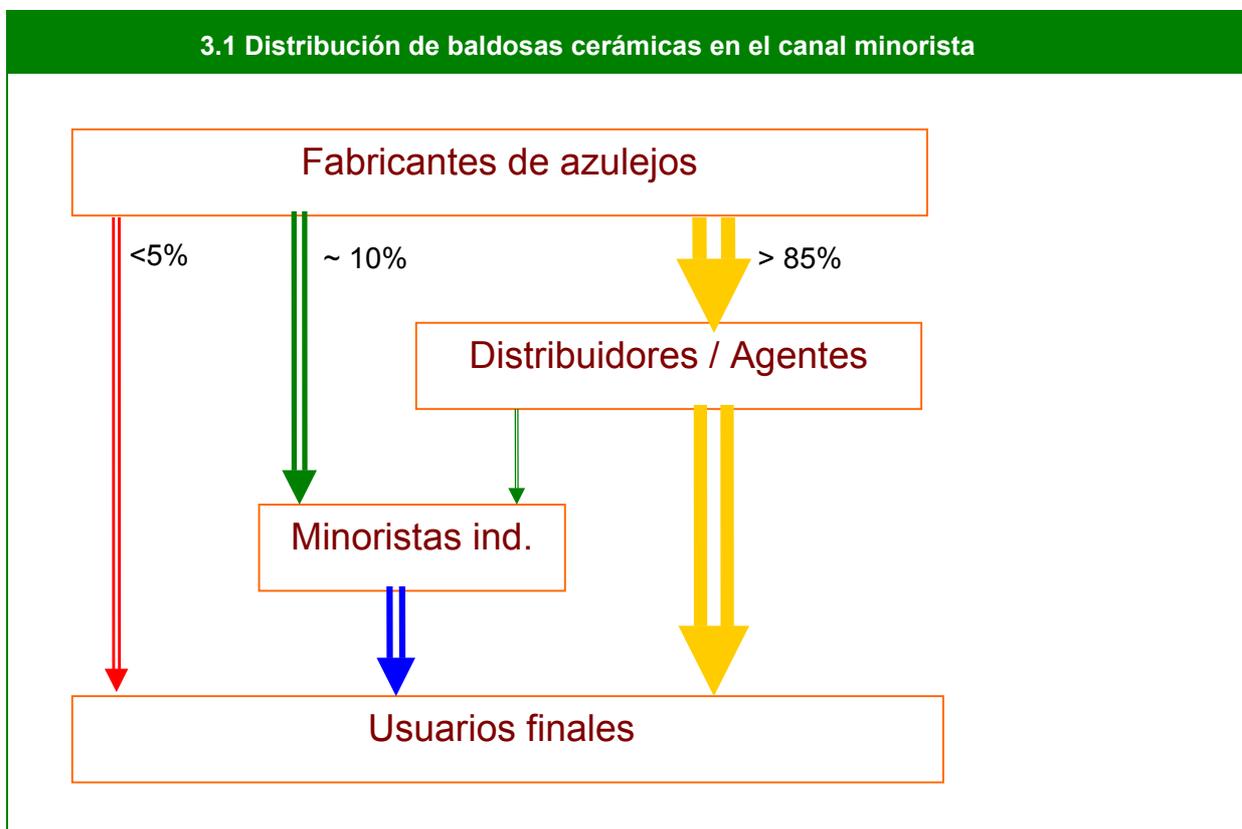
ANÁLISIS DEL COMERCIO

1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1.1 Sistema de distribución de baldosas cerámicas en Hong Kong

1.1.1 Distribución de baldosas cerámicas en el mercado minorista.

- La distribución de baldosas cerámicas en el mercado minorista requiere normalmente intermediarios entre productores y consumidores individuales.
- Así pues, la distribución es bastante eficiente:



Fuente: entrevistas

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

Mínimas Ventas directas en Hong Kong

- Solo unos pocos fabricantes de baldosas cerámicas tienen oficinas de representación en Hong Kong. Como estiman los entrevistados, hay como mucho 5 de tales establecimientos en Hong Kong. Un ejemplo es Toto Kiki (HK) Limited, que gestiona la marca TOTO directamente desde Hong Kong.
- Como comentan los distribuidores, estos canales de venta no son muy populares en Hong Kong ya que los costes son muy elevados.
- Es más, los fabricantes no ven necesario controlar la distribución en Hong Kong ya que los distribuidores de Hong Kong tienen una fuerte experiencia y contactos con los constructores y minoristas.

El importante papel de los distribuidores en Hong Kong

- Se estima que más del 85% de las baldosas cerámicas se distribuyen a través de intermediarios:
- La mayoría de los fabricantes eligen comprometerse en exclusiva con un solo agente para la región o para Hong Kong.
- Aún algunos otros fabricantes eligen no tener una estrategia de marketing / distribución restrictiva y vender tanto a distribuidores como a minoristas.
- Sin embargo, se estima que solo un 10% de los productos van directos a los minoristas individuales.

Más del 85% de las baldosas pasan a través de distribuidores en Hong Kong.

Las tiendas de distribuidores ocupan la mayor parte del negocio del mercado minorista.

- Los distribuidores no solo son activos en la contratación, sino también en el negocio minorista.
- Muchos de los distribuidores de material de construcción tienen de hecho sus propios establecimientos minoristas. También es muy común para un distribuidor tener diferentes establecimientos en el territorio, con una combinación diferente de productos en cada uno de modo que refleje los diferentes gustos locales entre las áreas ricas y pobres de Hong Kong.
- La mayor parte de los establecimientos minoristas tienen nombres diferentes incluso si pertenecen a la misma compañía! Los minoristas comentan que su táctica es dar a los consumidores la impresión de que hay una variedad de elección de tiendas y productos. Es normal encontrar dos o tres tiendas del mismo grupo en la misma calle.
- Harbour Building Material Supplies Co. Ltd., uno de los principales distribuidores locales es un ejemplo típico. La compañía tiene 3 establecimientos en Mogkok y 4 en Wanchai, con una oferta diferente en cada uno – uno concentrado en azulejos mientras que los otros lo hacen en artículos sanitarios y accesorios.

Los minoristas individuales sobreviven en el mercado

- Los minoristas individuales compiten con las tiendas de los distribuidores no en precio sino en surtido de productos, servicio y calidad.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Los minoristas individuales se surten de azulejos tanto de distribuidores locales como de fabricantes extranjeros. Se estima que un típico minorista individual obtiene el 80% de sus productos de fabricantes y el 20% de distribuidores locales.
- La separación entre fuentes directas e indirectas depende de la escala de la operación del minorista. Los minoristas con poco volumen de ventas elegirán obtener sus azulejos de un distribuidor local.

Distribución de los establecimientos minoristas en el territorio

- Se observa que los establecimientos de venta de material de construcción están muy concentrados en dos distritos de Hong Kong:
 - Lockhart Road, en la isla de Hong Kong
 - Portland Street y Fife Street en Mongkok, Kowloon.

Los establecimientos de venta de material de construcción se concentran en Wanchai (isla de Hong Kong) y Mongkok (Kowloon).

3.2 Distribución de tiendas de materiales de construcción en Hong Kong

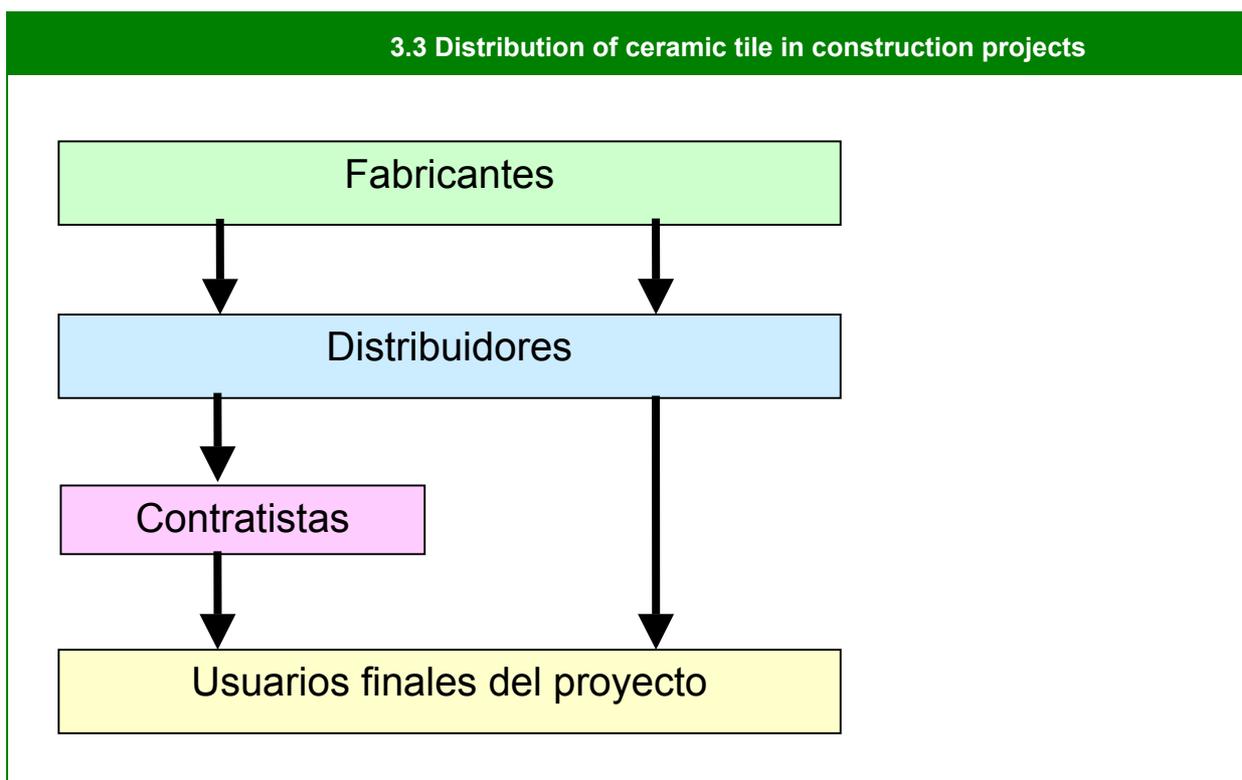


- Casi todas las tiendas en estas dos áreas venden materiales de construcción y artículos para casas como baldosas cerámicas, accesorios de cocina y baño, etc.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.1.2 Distribución de baldosas cerámicas en el mercado de la contratación

- La distribución de baldosas cerámicas en los proyectos de construcción es más directa. Hay principalmente dos maneras mediante las que los promotores adquieren los azulejos:



Fuente: entrevistas

- Un contratista para un proyecto de construcción obtiene sus baldosas cerámicas de un distribuidor local. El promotor inmobiliario no está involucrado en la selección y compra real del producto; en su lugar, la responsabilidad se pasa al contratista.
- Algunos promotores inmobiliarios quieren más control en la selección y compra de las baldosas cerámicas. Sin embargo, en lugar de negociar con los fabricantes directamente, consultarán al distribuidor para que les sirva de enlace. Los distribuidores comentaron que esto es un método más efectivo y eficiente de comunicación ya que ellos están en la industria y disponen de contactos establecidos con los fabricantes.

Los distribuidores locales están normalmente involucrados en la provisión de baldosas cerámicas en los proyectos de construcción.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.1.3 Distribuidores de baldosas cerámicas en Hong Kong

- Los distribuidores de baldosas cerámicas pueden clasificarse en las 3 siguientes categorías principales:

Filiales de conglomerados mayores

- Dah Chong Hong (Eng.) Ltd. De Dah Chong Hong, Ltd. (DCH, uno de las mayores compañías comerciales), Extensive Trading de la New World Group (promotor inmobiliario) y el Arnhold Group, una compañía cotizada en Hong Kong, son algunas de los mayores nombres en esta categoría. Las compañías matrices disfrutan de una fuente de negocio relativamente estable ya que tienen prioridad en los proyectos de construcción de sus respectivos grupos.

Distribuidores de material de construcción de tamaño medio

- Score Building Materials Ltd. o Harbour Building Material Supplies Co. Ltd. son dos de los distribuidores de tamaño medio más dinámicos que distribuyen una amplia gama de materiales de construcción. Las baldosas cerámicas son solo una parte de su negocio de distribución ya que también llevan otros productos como artículos sanitarios, pavimentos de gres, cemento, etc.
- Algunos entrevistados consideran que tal amplitud de gama de negocio les ayuda a ganar proyectos. Como distribuidores multiproducto, proporcionan un servicio completo a los encargados del proyecto.

Oficinas representantes de fabricantes de baldosas

- R.A.K. Ceramics (HK) Ltd. y Toto kiki (HK) Ltd. son dos de los cinco fabricantes con operaciones directas en Hong Kong.
- Este tipo de distribución es, de lejos, la menos desarrollada en Hong Kong
- Estas oficinas de representación distribuyen y gestionan sus propias marcas en Hong Kong.

2 PRINCIPALES DISTRIBUIDORES DE BALDOSAS CERÁMICAS EN HONG KONG

- La mayoría de los distribuidores de baldosas cerámicas en Hong Kong están involucrados tanto en la venta al por menor como en los proyectos de ventas. Sin embargo, cada compañía tiene su propia estrategia de distribución; algunos están más centrados en el negocio minorista mientras que otros son más fuertes en el negocio de la contratación.
- Aquí están algunos de los distribuidores más activos de acuerdo con los distribuidores pequeños, medianos y grandes distribuidores de materiales de construcción entrevistados durante el proceso de investigación:

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

2.1 Arnhold & Co. Ltd.

Situación de la empresa

- Arnhold & Co. Ltd es una filial de Arnhold Holdings Limited, una compañía pública cotizada en Hong Kong. Era el primer y mayor proveedor de material de construcción en China antes de la guerra. Empezó como una pequeña empresa en Guangzhou en 1866, y estableció su sede central en Shanghai en 1881 antes de repatriarse a Hong Kong en 1949.
- El grupo Arnhold tiene ahora su sede en Hong Kong con 150 empleados y una oficina de enlace en Shanghai. También tiene un almacén de 2.500 m² en Kwai Chung en los Nuevos Territorios.
- Arnhold es un grupo multidisciplinar implicado en dos principales divisiones operacionales con ocho grupos de productos:
 - Materiales de construcción – incluye instalaciones de fontanería, piedra natural (mármol, granito, caliza), azulejos, cocinas (armarios)
 - Equipamiento de ingeniería – incluye equipamiento de ventilación, de aguas, sistemas de aire acondicionado, productos aislantes y componentes de construcción.

Red de distribución

- Arnhold no dispone de establecimientos de venta de baldosas cerámicas. Sin embargo, hay una tienda minorista, Arnhold Design Centres, situada en Wanchai, que ofrece instalaciones de fontanería y accesorios.
- Los entrevistados comentaron que el negocio de las baldosas cerámicas de Arnhold se centra principalmente en ventas a proyectos, y es especialmente fuerte en proyectos residenciales privados.
- Además, Arnhold también está implicado en proyectos residenciales, comerciales y públicos en China.

Productos

- Arnhold distribuye una amplia gama de azulejos de cerámicas obtenidos de proveedores de todo el mundo: de Italia, España, Japón e Indonesia. Sus productos incluyen:
 - Gabbianelli-Vogue y Richetti, de Italia;
 - Cerámicas Leoni y Porcelanosa de España;
 - KY y Nitto Seito, de Japón

Detalles de contacto

- Dirección: 6F, Victoria Centre, 15 Watson Rd, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2807 9400
- Fax: (852)2806 1744
- Persona a cargo: Mr Michael John Green, Presidente y Director General

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Otros contactos: Mr. Woo Chun Yu, Adolf, Director (unidad de materiales de construcción).

2.2 Companion Building Material Supplies (HK) Ltd.

Situación de la empresa

- Companion es parte de Extensive Trading Co., Ltd., que a su vez pertenece a New World Services Ltd, filial de la gran promotora inmobiliaria World Development Company Ltd. Aunque opera bajo dos nombres diferentes, Companion y Extensiva comparten la misma oficina y sus departamentos están combinados excepto los de ventas y marketing.
- La compañía también actúa en la distribución de artículos sanitarios, productos para cocina y otros materiales de construcción. Solía ser distribuidor de mármol y granito, pero la división se vendió a otra compañía.

Red de distribución

- El mercado de Hong Kong ocupa el 95% del negocio de Companion.
- Un ejecutivo de la compañía señaló que comerciar con China en su momento significó una parte importante del negocio. Sin embargo, ahora que cada vez más compradores chinos se dirigen a los fabricantes extranjeros directamente, el intercambio comercial con China solo supone el 5% del negocio total.
- Companion posee 7 establecimientos de venta en Hong Kong – 4 en la isla, todos en Lockhart Road y 3 en Portland Street y Fife Street en Kowloon.
- Las baldosas cerámicas se venden principalmente a proyectos de construcción, lo que supone el 90% del negocio total. Trabaja de cerca con New World Development, Sino Land y Sung Hung Kai Property.

Productos

- Las baldosas cerámicas provienen principalmente de Europa, especialmente de España e Italia.
 - Marcas italianas: Cercom, Atomgres, Marazzi, Monocream, Pisa, Caesar
 - Marcas españolas: Lucer, Porcelanatto, Todanato
 - Marcas Japonesas: Seiki, Sumiya, Takayama, Nitto Seito y Tama.

Referencias de proyectos

- Proyectos Cyber Port, Hong Kong
- RHKJC Club House, Happy Valley, Hong Kong
- Renovación de New Kowloon Plaza, Hong Kong
- Peny Chau Rural Public Housing State, Peng Chau, Hong Kong

Detalles de contacto

- Dirección: Chaiwan Industrial Building, 20 Lee Chung Street, Chaiwan, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2889 2600

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Fax: (852) 2558 2866
- Contacto: Mr. Simon Tam, Sales & Marketing Manager.2.3 Harbour Building
Material Supplies Co., Ltd.

Situación de la empresa

- La compañía fue establecida en 1982 y se centraba en la distribución mayorista de azulejos en sus comienzos. El negocio de los azulejos se expandió a la venta al por menor. Harbour tiene ahora una cadena de puntos de venta en Hong Kong.
- Harbour Building también se ha diversificado en el sector de los artículos sanitarios, y fundó Euro Building Material Supplies Ltd. para dedicarse a ese segmento en 1993.
- Se establecieron diversos equipos de proyectos para organizar la provisión a proyectos de construcción en Hong Kong y en China continental, incluyendo grandes ciudades como Shanghai, Guangzhou y Tapei.
- La compañía mantiene dos almacenes: uno en Yuen Long con una superficie de 7.000 m² para almacenar azulejos, y otro en North Point con 4.700 m² para almacenamiento de artículos sanitarios y accesorios de baño.
- La compañía está considerada como proveedor principal de los grandes promotores de Hong Kong para sus proyectos residenciales de alta gama.

Red de distribución

- En Hong Kong, Harbour Building y Euro Building mantienen varios establecimientos minoristas para su negocio de azulejos y artículos sanitarios. Tres de ellos están en Mongkok en Kowloon y cuatro en Lockhart Road en Wanchai, en la isla de Hong Kong.
- La empresa también tiene una red de ventas en China continental y Taiwán. Las oficinas de venta están establecidas en Dalian, Pekín, Shanghai, Panyue, Foshan, Guangzhou y Taipei.

Productos

- Harbour Buildings se posiciona a sí mismo en el mercado de azulejos de gama alta. Sus productos provienen mayoritariamente de Italia. Es el agente de muchas marcas italianas como CEDIT, Appiani, Cerdisa, Mirage y Sichenia.
- La empresa también lleva series de marcas diseñadores, incluyendo a Gianni Versace, Pierre Cardin o Trussardi. La compañía tiene un establecimiento especial, Designer's Gallery, para vender estos productos de lujo.

Referencias de proyectos

- Todos los lobbies de JC Place, Tuen Mun, Hong Kong.
- Muro y piscina de Península Heights, Kowloon Tong, Hong Kong (desarrollada por Cheung Kong (Holding) Ltd).
- Piscina de Royal Penninsula, Hung Hom, Hong Kong (desarrollado por Sun Hung Kai Properties Ltd).
- Suelos de Kei Tin Shopping Centre, Lam Tin, Hong Kong (desarrollado por Hong Kong Housin Authority).

Detalles de contacto

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Dirección: West Wing, 26/F., Hennessy Center, 500 Hennessy Road, Causeway Bay, Hong Kong.
- Teléfono: (852) 2891 8333
- Fax: (852) 2574 4030
- Persona a cargo: Mr. Paul Kei, Managing Director

2.4 B.S.C. Ceramic Tiles Supply Ltd.

Situación de la empresa

- La compañía es una filial del BSC Group of Companies, que fue fundado en 1970. La división de materiales para la construcción también suministra artículos sanitarios, equipamientos para la construcción y otros materiales.
- El BSC Group también dirige una división de reformas domésticas y una división para China continental.

Red de distribución

- La compañía actúa tanto en el sector minorista como en el de los proyectos. Se dice que trabaja muy de cerca con el Cheung Kong Group, el mayor promotor inmobiliario de Asia.
- En 2000, el BSC Group abrió un centro comercial de tres plantas de artículos de cocina y baño – colourliving@bsc en Lockhart Road en Wanchai..
- El grupo también tiene una tienda en Wanchai y Mongkok, Hong Kong.
- La división de China del grupo tiene su sede en Panyu y con oficina de enlace en Pekín, Shanghai y Dalian.

Productos

- Los productos de BSC son principalmente del mercado de alta gama.
- Aquí hay alguna de las marcas de baldosas cerámicas que lleva: Roca (España), Colli, Dado, Piemme (Italia), Steuler (Alemania).

Detalles de contacto

- Dirección: 19/F., Sino Favour Centre, 1 On Yip Street, Chai Wan, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2510 2328
- Fax: (852) 28071903
- Persona a cargo: Mr. William Lau, Chairman and Managing Director, B.S.C. Group of Companies

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

2.5 Sanitus Building Materials Ltd.

Situación de la empresa

- Sanitus es un distribuidor multiproducto de tamaño medio de Hong Kong. Además del negocio de las baldosas cerámicas, también actúa en el comercio de artículos sanitarios y productos químicos para la construcción.
- El negocio de las baldosas supone el 60% del total de los negocios de la empresa.

Producto

- El 90% de las baldosas cerámicas de Sanitus provienen de Europa, especialmente de Italia, España, así como de Alemania. Aquí hay algunas de las marcas llevadas por la empresa:
 - Marcas italianas como Iris, Ragno, Progetto y Graniti Fiandre
 - Marcas españolas como Azhri, Peronda y Azteca.
- El 10% restante de los azulejos son mayoritariamente de China y Japón.

Red de distribución

- Sanitus es especialmente fuerte en proyectos gubernamentales como urbanizaciones públicas y galerías comerciales para el Departamento de Vivienda de Hong Kong, hospitales y clínicas de la Autoridad Hospitalaria de Hong Kong, y piscinas.
- La compañía también gana proyectos de grandes promotores inmobiliarios, especialmente de Sino Land Co. Ltd. y Henderson Land.
- Alrededor del 70-80% del negocio de los azulejos de la compañía va a proyecto de construcción.
- Sanitus no tiene ningún establecimiento de venta.
- La compañía tiene una oficina en Singapur.

Referencia de Trabajos:

- Villa Explanada, Hong Kong (desarrollada por China Resources y Sun Hung Kai Property Ltd.)
- Island Resort, Siu Sai Wan, Hong Kong (desarrollado por Sino Land Co. Ltd.)
- Residencia de la Universidad Politécnica, Hung Hom, Hong Kong
- Sede de CX en el aeropuerto internacional de Hong Kong, Cek Lap Kok, Hong Kong

Detalles de Contacto

- Dirección: 29/F., Trend Center, 29-31 Cheung Lee Street, Chaiwan, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2565 6331
- Fax: (852) 2565 6332
- Contacto: Mr. Herrick Hung, Sales Manager, Division de Azulejos.

IV. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE BALDOSAS CERÁMICAS EN HONG KONG

1.1 Hong Kong es un gran mercado internacional

Hong Kong es uno de los 10 primeros importadores mundiales de productos de cerámicas.

- Hong Kong es uno de los 10 principales países importadores de productos de cerámica (incluyendo aislantes de cerámica, azulejos, material sanitario, ladrillos, etc.) de todo el mundo, justo detrás de EEUU, Alemania, Japón, Francia, Italia y delante del Reino Unido, Canadá, Bélgica y México, según un informe emitido por la India Chemical & Allied Products Export Promotion Council (CAPEXIL).
- Es más, el mercado de Hong Kong también ostenta la tercera mayor tasa de crecimiento justo detrás de México y EEUU.

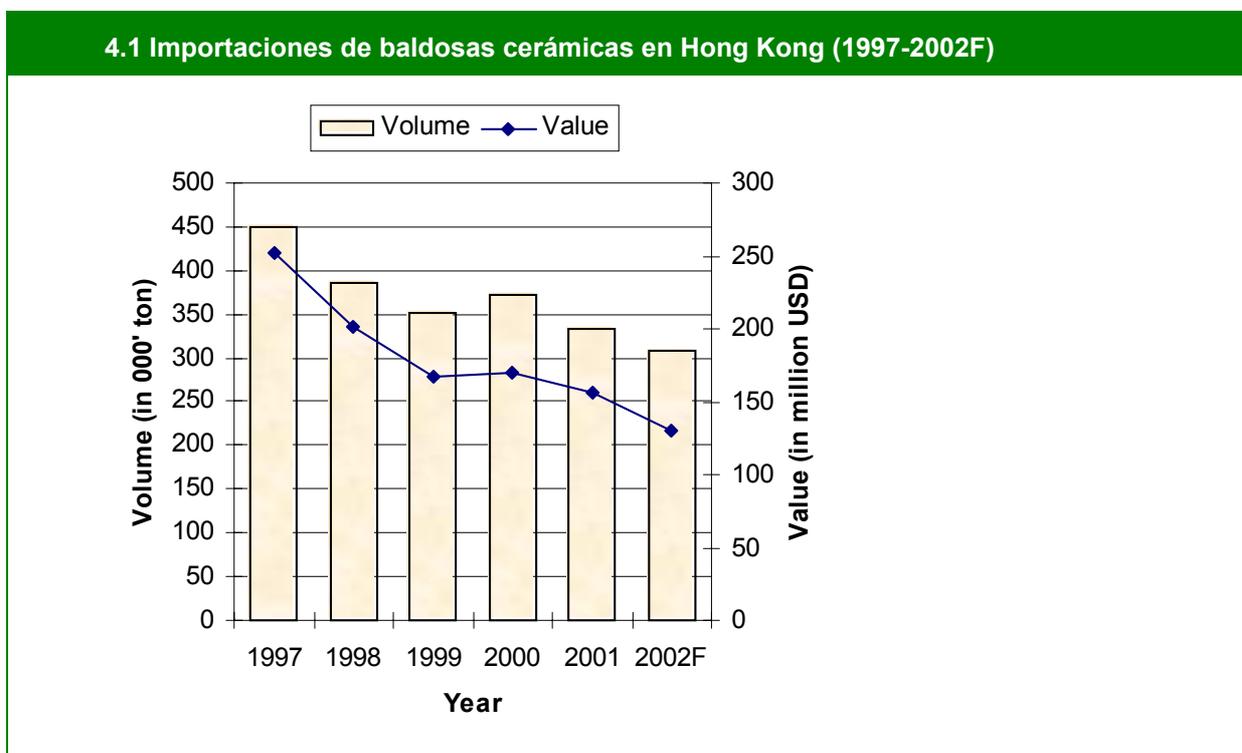
Hong Kong es un importante mercado para las baldosas cerámicas europeos

- Las estadísticas de la Comisión Europea muestran que Hong Kong importó un total de 84 millones de euros en baldosas países de la Unión Europea en 2001.
- Como tal, Hong Kong era el noveno mayor socio exportador de Europa en ese año
- Aunque Hong Kong va a la zaga de mercados como el estadounidense, que importó 902 millones de euros en baldosas cerámicas en 2001, o Arabia Saudí (175 millones de euros), Hong Kong era el principal país importador de Asia.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.1.2 Baldosas cerámicas importados en Hong Kong (1997-2002)

Desafortunadamente, Hong Kong es un mercado en recesión



Nota: Las baldosas cerámicas importadas en Hong Kong están clasificadas en dos categorías principales:

- Baldosas cerámicas sin esmaltar (HS code: 6097)
- Baldosas cerámicas esmaltadas (HS code: 6908)

Fuentes: Hong Kong Census and Statistics Department

- Las importaciones de Hong Kong representaron un valor de 156 millones de dólares en 2001, una caída del 40% comparado con los niveles de 1997 cuando se importaron baldosas por valor de 252 millones de dólares (450.000 toneladas).
- Más importante, esta tendencia de mercado negativa ha prevalecido durante los últimos seis años, excepto por un corto repunte en 2000.
- La mayor parte de los directores de distribución de azulejos entrevistados en este estudio no creen que se vuelvan a alcanzar de nuevo los niveles de 1997.
 - Los mercados en desarrollo están en Shanghai, Pekín o Shenzhen.
 - Hong Kong nunca será el mercado de rápido crecimiento que solía ser puesto que la mayor parte del comercio con el creciente mercado chino está cada vez más controlado por empresas chinas.
 - La mayor parte de las importaciones hongkonesas de azulejos están ahora destinadas al consumo local.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.1.3 Reexportación de baldosas cerámicas

El debilitado negocio de la reexportación es la principal razón de la decreciente demanda de azulejos en Hong Kong.

4.2 Re-export of ceramic tiles (1997-2002F)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002F*	CAGR (97'-01')
Volumen (en toneladas)							
Importaciones	450	387	351	373	333	309	-7%
Reexportaciones	136	90	53	49	38	20	-69%
Consumo local aparente	314	297	298	324	295	289	-2%
<i>Reexportaciones como % import</i>	30%	23%	15%	13%	11%	6%	NA
Valor (en US\$ m)							
Importaciones	252	201	167	171	156	131	-11%
Reexportaciones	68	46	25	18	13	8	-34%
Consumo local aparente	184	155	142	152	143	123	-6%
<i>Reexportaciones como % import</i>	27%	23%	15%	11%	8%	6%	NA

* Nota: las cifras para 2002 son proyecciones de las cifras de Enero a Agosto 2002.

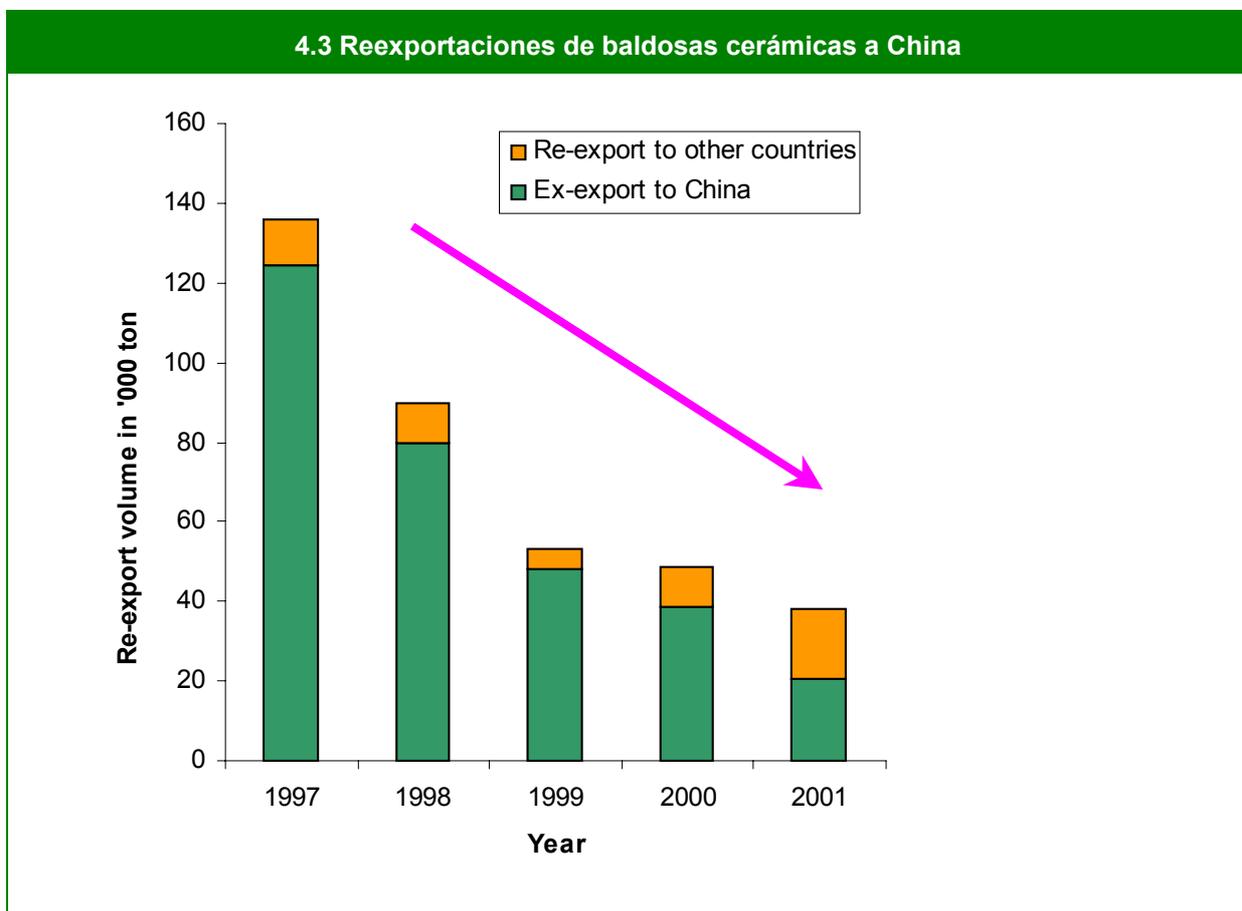
Nota: Consumo local aparente = Import - re-export; CARG: Tasa de crecimiento anual acumulada; NA - No aplicable

Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

- Hong Kong ha sido históricamente la mayor plataforma de comercio para los productos de cerámica entre China, Asia y el resto del mundo.
- Las estadísticas de Hong Kong incluyen esta actividad bajo los llamados “negocios de reexportación” (exportación de productos importados).
- De cualquier modo, las últimas tendencias muestran un descenso de las reexportaciones.
- En 2002, solo se reexportaron 20.000 toneladas de baldosas cerámicas, 90% menos que en 1997, cuando se reexportaron 136.000 toneladas de baldosas cerámicas importadas.
- China es, naturalmente, el mayor destino para las baldosas cerámicas reexportadas, especialmente en el caso de los productos italianos y españoles.
- A parte de China, Macao, Corea del Sur, India Filipinas y EEUU son los otros principales mercados de reexportación. Los productos reexportados a esos mercados son principalmente azulejos de gran tamaño (más de 7x7 cm).

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

El papel de Hong Kong como puerta de entrada a China está menguando



Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

- Hong Kong solía jugar un importante papel en el comercio de baldosas cerámicas entre China y otros países. En 1997 se reexportaron a China 124.000 toneladas de baldosas cerámicas, lo que representaba el 92% del volumen total de reexportaciones.
- Sin embargo, la influencia de Hong Kong sobre la industria de los azulejos ha disminuido en los últimos pocos años:

Como dijo el director de una de las principales empresas distribuidoras de material de construcción: "... la industria de los azulejos en China se está desarrollando muy rápidamente, los distribuidores chinos simplemente se saltan Hong Kong para contactar a los fabricantes europeos directamente. Solo los productos de alta gama se exportan a China vía Hong Kong".

- La cantidad de baldosas cerámicas embarcados a China a través de Hong Kong disminuyó a 21.000 toneladas en 2001, es decir, China ahora representa solo el 55% del total del volumen de reexportaciones.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

1.1.4 Consumo aparente en Hong Kong

La demanda local de baldosas cerámicas resiste ligeramente mejor a las presiones bajistas.

Sorprendentemente, la demanda "local" de baldosas cerámicas de Hong Kong está aguantando bastante bien, teniendo en cuenta la dura situación del territorio. De acuerdo con las estadísticas oficiales, los analistas industriales estiman que el mercado tocará fondo en 2002-2003, con un consumo aparente de alrededor de 280.000 toneladas anuales:

4.4 Consumo local de baldosas cerámicas (1997-2002F)							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002F*	CAGR (97'-01')
Volumen (en toneladas)							
Importaciones	450	387	351	373	333	309	-7%
Reexportaciones	136	90	53	49	38	20	-69%
Consumo local aparente	314	297	298	324	295	289	-2%
Valor (en US\$ m)							
Importaciones	252	201	167	171	156	131	-11%
Reexportaciones	68	46	25	18	13	8	-34%
Consumo local aparente	184	155	142	152	143	123	-6%

* Nota: las cifras para 2002 son proyecciones de las cifras de Enero a Agosto 2002.

Nota: Consumo local aparente = Import - re-export; CARG: Tasa de crecimiento anual acumulada; NA - No aplicable

Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

- Casi todos los azulejos de Hong Kong son importados. Hay algunos azulejos producidos en el mercado, pero solo en muy pequeña cantidad. Según algunos minoristas, solo hay una o dos fábricas de baldosas cerámicas en Hong Kong y se estima que su producción es insignificante.
- El tamaño total del mercado de baldosas cerámicas de Hong Kong puede calcularse por lo tanto analizando las cifras de importación y reexportación del territorio. Aunque las variaciones de stock de final de año pueden tenerse en cuenta en los cálculos, usando un periodo de 6 años, su efecto no debería influir mucho en el análisis.
- El consumo local aparente en 2001 era de 295.000 toneladas, ascendiendo a un valor total de 143 millones de US\$.
- En volumen, la demanda de baldosas cerámicas descendió solo un 8% en los últimos cinco años.
- En 1997, cuando el mercado de la propiedad estaba en auge, el consumo local de baldosas cerámicas era de 314.000 toneladas, con un valor total de 184 millones de US\$.
- De hecho, si se observan los últimos cuatro años, el consumo local solo ha fluctuado dentro de un margen del 10%.
- El volumen de consumo ascendió de nuevo en los dos años siguientes hasta un pico de 324.000 toneladas en 2000, y entonces cayó de nuevo bajo las 300.000 toneladas en 2001.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

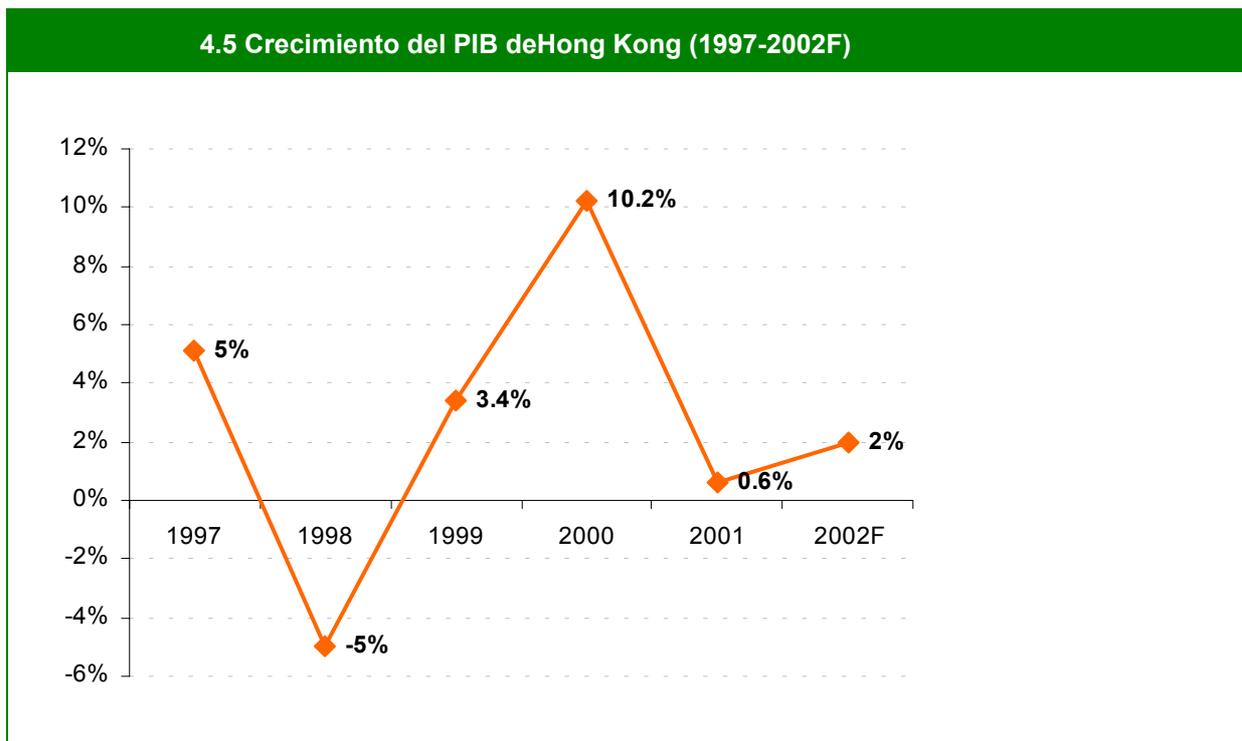
- En valor, sin embargo, las presiones deflacionistas fueron mayores e hicieron perder al mercado un tercio de su valor desde su cima en 1997.

1.2 Impacto del entorno macroeconómico en la demanda de materiales de construcción

1.2.1 Sentimiento negativo generalizado en Hong Kong

- La demanda de baldosas cerámicas o materiales de construcción depende en general de la salud del mercado local de la construcción y la propiedad, y especialmente de los proyectos residenciales, tanto privados como públicos.
- En los últimos cinco años este sentimiento ha impactado negativamente al mercado de la propiedad, que ha sido efectivamente el más deprimido desde la crisis asiática de 1997, excepto durante el boom de las punto.com en 2000

Cifras del PIB



Fuente: Hong Kong Census and Statistic Department, Treasury Bureau of HKSAR, Financial Services of HKSAR

- Las cifras del PIB en los últimos 5 años han estado por debajo de la media de los 90, cuando la economía creció a una media de 4%-5% por año.
- Sin embargo, la economía hongkonesa alcanzó cuotas de crecimiento del 3'3% en el tercer cuarto de 2002 sobre el año anterior y se espera un crecimiento global del 2% para todo 2002.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Comparado con el resto de China (del 8 al 10% de crecimiento anual), la economía hongkonesa tiene un desarrollo más débil.

El mercado laboral aún está estancado

4.6 Tasa de desempleo en Hong Kong								
Year	1992	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2002 Q3
Unemployment rate	2%	3.2%	2.2%	4.7%	6.2%	4.9%	5.1%	7.4%

Fuente: Hong Kong Census and Statistic Department, Treasury Bureau of HKSAR, Financial Services of HKSAR

- La tasa de desempleo de 2002 fue la peor de la historia de la post guerra.
- A pesar del resurgimiento de la economía en general, la tasa de desempleo aumentó continuamente a un pico de 7'8% en mayo-julio 2002, y aún se encontraba en 7'4% en el tercer cuarto de 2002.

1.2.2 Desplome del mercado de la propiedad

Descenso pronunciado en los precios de la propiedad

- Todos estos factores macroeconómicos han empujado al mercado de la propiedad a una espiral descendente.
- Los precios de la vivienda y edificios comerciales o de oficinas han descendido un 60% de su precio de 1997.

4.7 Índices de precios por tipo de edificio (1997-2001)					
	97'	98'	99'	00'	01'
Vivienda privada					
Menos de 40 sq m	161.4	118.5	100	88.3	77.2
40-69.9 sq m	162.7	116	100	89.5	78.8
70-99.9 sq m	168.8	117.3	100	91.2	80.8
100-159.9 sq m	168.5	116.1	100	94.2	83.2
160 sq m or above	172.9	114	100	98.7	87.8
Comercial privado	177.3	128.3	100	93.6	86.8
Oficina Privada					
(Grado A, B y C)	213.1	134.5	100	89.9	78.7

Note: Base 100 ie 1999, Fuente: HK Census and Statistic Department

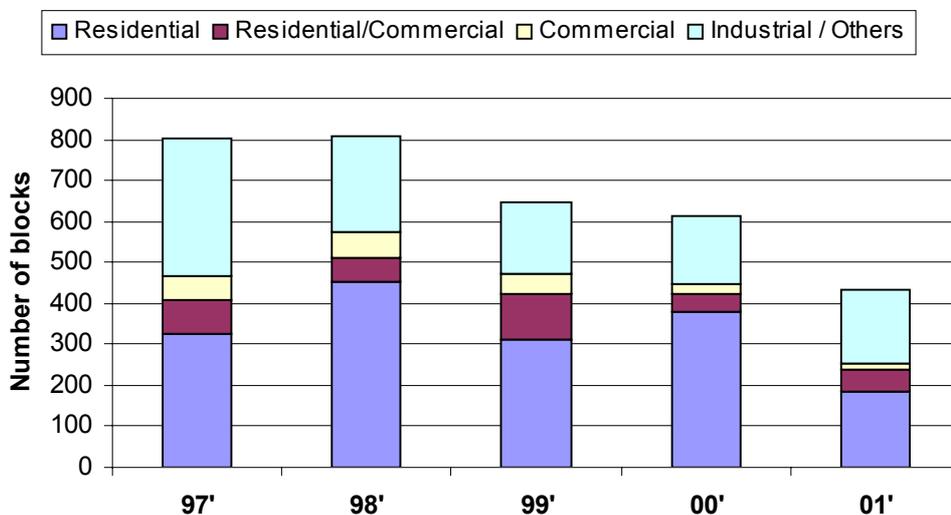
HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Incluso el sector de las viviendas de lujo, que normalmente ha capeado las diferentes crisis económicas de los 80 y los 90 fue duramente golpeado en los últimos 5 años:
 - Los alquileres pisos de lujo se encuentran en unos niveles de precios de 38'50 euros por metro cuadrado de media, con precios de venta por m2 entre 75.350HK\$ y 96.900HK\$.
 - Para los alquileres del mercado de masas los precios se encuentran entre 150HK\$ y 194HK\$ por m2 y los precios de venta están entre 43.000\$ y 48.440\$ por m2.

Número decreciente de nuevos pisos terminados.

- La burbuja especulativa de la propiedad de los 90 explotó en 1998, dejando a muchos inversores fuera del mercado de la propiedad.
- Con una aguda caída en los niveles de precios y más lugares vacantes, los constructores han limitado el número de nuevos proyectos desde 2000.
- Tras el ligero aumento de 1997 a 1998 (principalmente causado por los edificios residenciales), las inauguraciones de nuevos edificios cayeron de un pico de 807 bloques en 1998 a 434 bloques en 2001.

4.8 Private buildings newly completed by type of building (1997-2001)



¹ "Commercial buildings" se refiere a edificios de oficinas y a locales comerciales

² "Industrial buildings" se refiere a fábricas, edificios industriales especializados y almacenes

³ "Other buildings" se refiere a hoteles y casas de embarque, y centros médicos y de salud , sociales, de educación, religión, cultura, recreo, etc.

Fuente: HK Census and Statistic Department

1.2.3 Incierto impacto de las políticas residenciales del gobierno

- Cuando se preguntó sobre el potencial de mercado para los próximos años, la mayoría de los entrevistados no pudieron hacer ningún comentario y dijeron que había demasiadas incertidumbres en la economía, siendo la principal las políticas de vivienda del gobierno,
- El mercado de la propiedad de Hong Kong era muy singular dentro de la normalmente liberal economía hongkonesa: El gobierno tiene una larga tradición de venta de pisos subvencionados a muy generosos precios.
- Esta política fracasó con la crisis de 2001-2002.

Nuevas medidas del gobierno para resucitar el mercado de la propiedad.

- A mediados de noviembre de 2002, la Oficina de tierras, planificación y alojamiento anunció la implementación de 9 medidas diseñadas para reanimar los precios de la propiedad y para reanudar la confianza de inversores y ciudadanos en este mercado.
- Se constató que además de alrededor de 20.000 pisos privados que fueron completados en los últimos años, habría otros 30.000 incompletos que entrarían en el mercado en los 2 años siguientes.
- Para restituir el equilibrio entre oferta y demanda, el gobierno decidió detener todas las subastas de terrenos agendadas, y suspender la lista de solicitudes hasta el fin del 2003.
- Además, la producción y venta de pisos subvencionados según el Esquema de Propiedad de Viviendas (Home Ownership Scheme) también cesarían indefinidamente de 2003 en adelante.

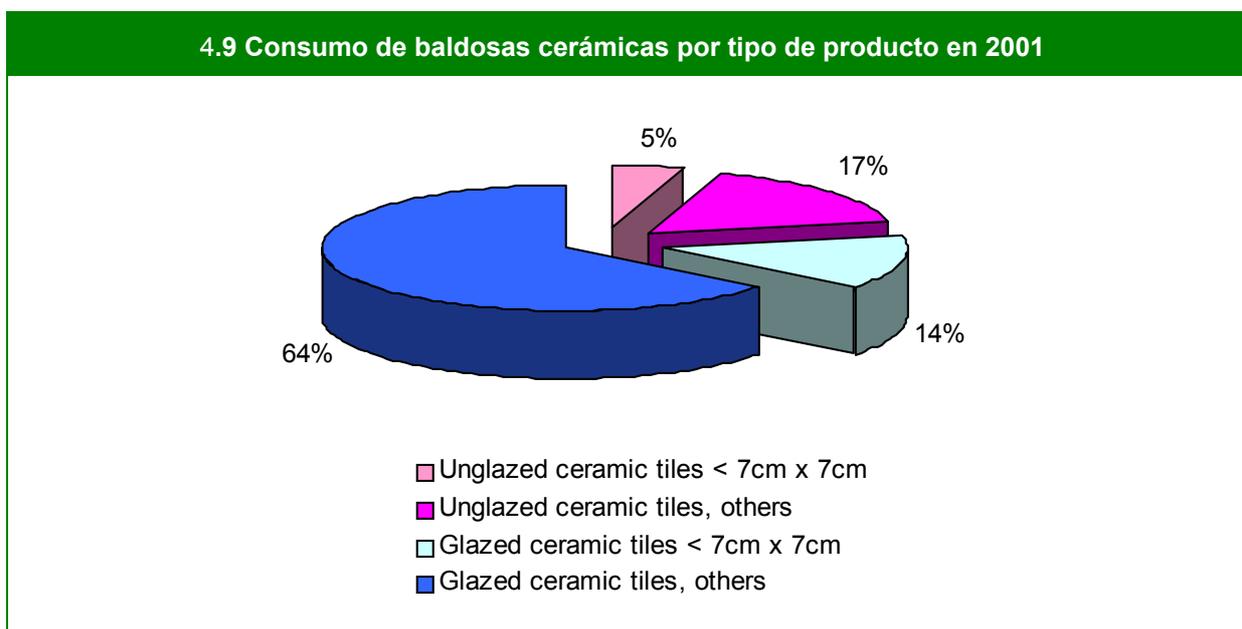
El impacto de las nuevas políticas aún está por ver

- La confianza en el mercado ha mejorado ligeramente inmediatamente después del anuncio de las nuevas políticas. El número de transacciones de unidades tanto residenciales como no residenciales en diciembre de 2002 era de 7.293, un incremento del 19% comparado con noviembre del mismo año. Aún así, el impacto a largo plazo de las nuevas políticas está por ver.
- Incluso aunque los tipos hipotecarios están a niveles históricamente bajos (2-3% anual), los compradores esperan a mayores signos de alza en el mercado.

2. ESTRUCTURA DE LA DEMANDA LOCAL DE BALDOSAS CERÁMICAS

2.1 Aplicación de las diferentes baldosas cerámicas en Hong Kong

2.1.1 Por tamaño del de producto.



Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

Los azulejos de tamaño medio son los más populares en el mercado

- Según las estadísticas del gobierno, los azulejos de pequeño tamaño (tamaño menor a 7x7cm) representan tan solo el 20% del mercado total.
- Los azulejos cuadrados de 20'32x20'32cm, 30'5x30'5cm, 40'64x40'64 cm y 61x61cm son los productos más comunes encontrados en Hong Kong. Como comentaban algunos minoristas, raramente se escogen los de 61x61cm ya que:
 - La talla de los pisos de Hong Kong es de alrededor de 46'5 m² a 74'4 m² de media: desde un punto de vista visual, unos pocos azulejos darían la percepción de que el piso es más pequeño de lo que es!
 - Las baldosas cerámicas de gran tamaño suponen mayores cortes para que se adapten a las diferentes formas de las habitaciones: por recomendaciones prácticas, los minoristas recomendarían azulejos de menor talla.
- Se observa que además de los azulejos de forma cuadrada, los de forma rectangular también son populares, especialmente para las paredes. Los de talla 15x30'5 cm, 20'32x30'5 cm y 25'5x40'64 cm son los más comúnmente encontrados.

Uso de azulejos de pequeño tamaño en Hong Kong

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- El empleo de azulejos de pequeño tamaño está más restringido.
- Los huecos entre azulejos en estos casos son más frecuentes y, por lo tanto, desde un punto de vista estético, son más utilizados en edificios de gama baja.
- Como observan y se comentan los entrevistados, los azulejos pequeños son empleados comúnmente en:
 - Instalaciones públicas, como mercados de abastos, centros comerciales, aseos públicos, tanto en suelos como en paredes.
 - Paredes externas de urbanizaciones públicas.
 - Paredes internas y suelos de corredores.
 - Para mosaicos o dibujos en las paredes.

2.1.2 Por tipo de producto

Baldosas cerámicas esmaltadas vs. no esmaltadas

- Solo alrededor del 20% de las baldosas cerámicas utilizados en Hong Kong son de tipo no vidriado (o azulejo homogéneo).
- Los azulejos no esmaltados son más duraderos que los esmaltados. Ya que la capa vidriada puede erosionarse fácilmente por tráfico intenso, los azulejos no esmaltados son más adecuados para emplearlos en suelos.
- Los azulejos esmaltados son ampliamente utilizados en paredes, por la amplia gama de colores y diseños. Se observa que los consumidores finales utilizan diferentes colores para crear dibujos o insertar ocasionalmente azulejos con dibujos para obtener mejores efectos visuales.

2.1.3 Aplicación de baldosas cerámicas en Hong Kong

Uso de baldosas cerámicas en unidades domésticas

- Baños y cocinas son las áreas donde las baldosas cerámicas son más empleados en las unidades domésticas.
- Para el suelo, los azulejos no esmaltados sin pulir son la principal opción, más que los pulidos.
- Los minoristas comentan que las baldosas cerámicas se han vuelto cada vez más populares en los últimos años para los suelos, ya que son más fáciles de limpiar que alfombras o suelos de madera y ofrecen una mayor variedad de colores y diseños.
- Uno no debe olvidar que el clima de Hong Kong es subtropical (cálido y húmedo), lo que es muy favorable para azulejos como material para suelos.
- En comedores y dormitorios, las baldosas de cerámicas se utilizan únicamente para suelos. En general, los papeles de pared o pinturas emulsión se escogen normalmente para paredes, ya que los hongkoneses raramente utilizan baldosas cerámicas para paredes internas.
- Para paredes, la gente utiliza azulejos esmaltados para obtener diseños más vivos y coloridos, pero este es un mercado pequeño. Incluso más limitado es el número de cliente que utilizarán azulejos no esmaltados pulidos para paredes.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

Uso de baldosas cerámicas y otros productos de piedra en diferentes tipos de proyectos residenciales.

4.10 Aplicaciones típicas de las baldosas cerámicas en edificios residenciales de Hong Kong

	Nivel Alto Leighton Hill	Nivel Medio Liberte	Viviendas de p. social Yu Chui Court
Localización	Causeway Bay, Hong Kong Island	Lai Chi Kok, Kowloon	Shatin, Nuevos territorios
Precio (por sq feet)*	HK\$ 8,000-9000	HK\$ 3,000-3,500	HK\$1,500-2,000
Área Común			
Pared externa	Facing tiles/Mármol/Granito	Azulejos/ granito Artificial	Azulejos
Entrada principal			
Suelo	Mármol/Granito	Mármol/Granito	Granito
Pared	Mármol/Granito	Mármol/Granito	Granito
Typical Lift Lobby			
Suelo	Mármol/Granito	Granito/Piedra artificial/Azulejos	Azulejos
Pared	Mármol/Granito	Granito/Piedra artificial/Azulejos	Azulejos
Vivienda			
Suelo del salón/comedor	Beech wood	Beech wood	--
Cocina			
Suelo	Mármol/Granito	Azulejos	Azulejos
Pared	Mármol/Granito	Azulejos	Azulejos
Cuarto de baño			
Suelo	Mármol/Granito	Granito	Azulejos
Pared	Mármol/Granito	Granito/Azulejos	Azulejos

* Precio citado con base en las transacciones hechas en Nov 2002

Fuente: Propertystreet.net, official website of each property

La tabla de arriba ilustra claramente la elección de materiales de construcción en diferentes tipos de proyectos residenciales.

En áreas comunes:

- La elección de materiales empleados en revestir paredes externas, al igual que para la zona de la entrada del edificio, siendo un buen indicador del nivel de precio de la propiedad.
- Para edificios residenciales de alta gama, se emplean materiales más caros como mármol o granito junto con los azulejos.
- En los de gama media se utilizan en su lugar baldosas cerámicas y piedra artificial.
- En el mercado de gama baja solo se emplean baldosas cerámicas.
- En áreas públicas como la entrada principal del lobby donde el tráfico del hotel es grande, se emplea normalmente mármol (principalmente artificial) y granito para dar un estilo más elegante.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

En áreas domésticas:

- La madera se emplea ahora como producto estándar para los suelos de salas de estar y comedores por parte de muchos constructores en edificios de precio medio. Sin embargo, algunos minoristas comentan que algunos de sus clientes preferirían cambiar los caros suelos de madera por baldosas cerámicas por su fácil cuidado y mantenimiento.
- En los edificios residenciales de alta gama el mármol y el granito están perdiendo terreno frente a las baldosas cerámicas (o de granito, a veces).
- Por otro lado, las unidades residenciales del gobierno – pisos subvencionados para la clase trabajadora – solo ofrecen suelos de cemento. Depende del propietario adquirir baldosas cerámicas. Los propietarios eligen normalmente entre suelos de madera y baldosas cerámicas.

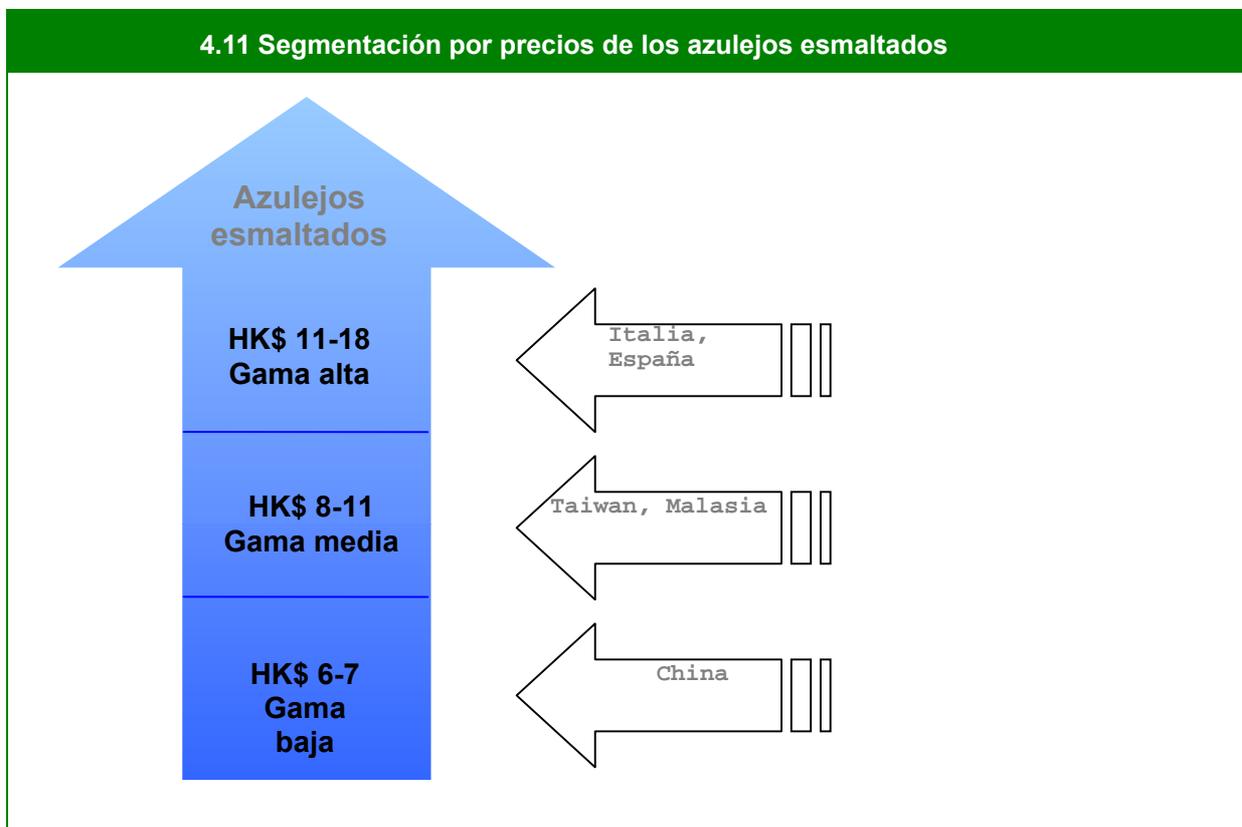
2.2 Segmentación de precios en el mercado

2.2.1 Influencia del país de origen

- Los productos mostrados en los establecimientos minoristas están frecuentemente marcados con dos precios: el más alto está normalmente tachado y sustituido por otro 20% menor. En los productos más caros se indica el país de origen, “de Italia” o “de España”, por ejemplo, para justificar el precio.
- Ya que los productos de diferentes países son de diferentes tamaños, el precio viene dado en unidades más que en metros cuadrados. La siguiente comparación está basada en precios medios de productos de diferente tamaño encontrados comúnmente en el mercado.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

2.2.2 Estructura de precios de las baldosas cerámicas esmaltadas



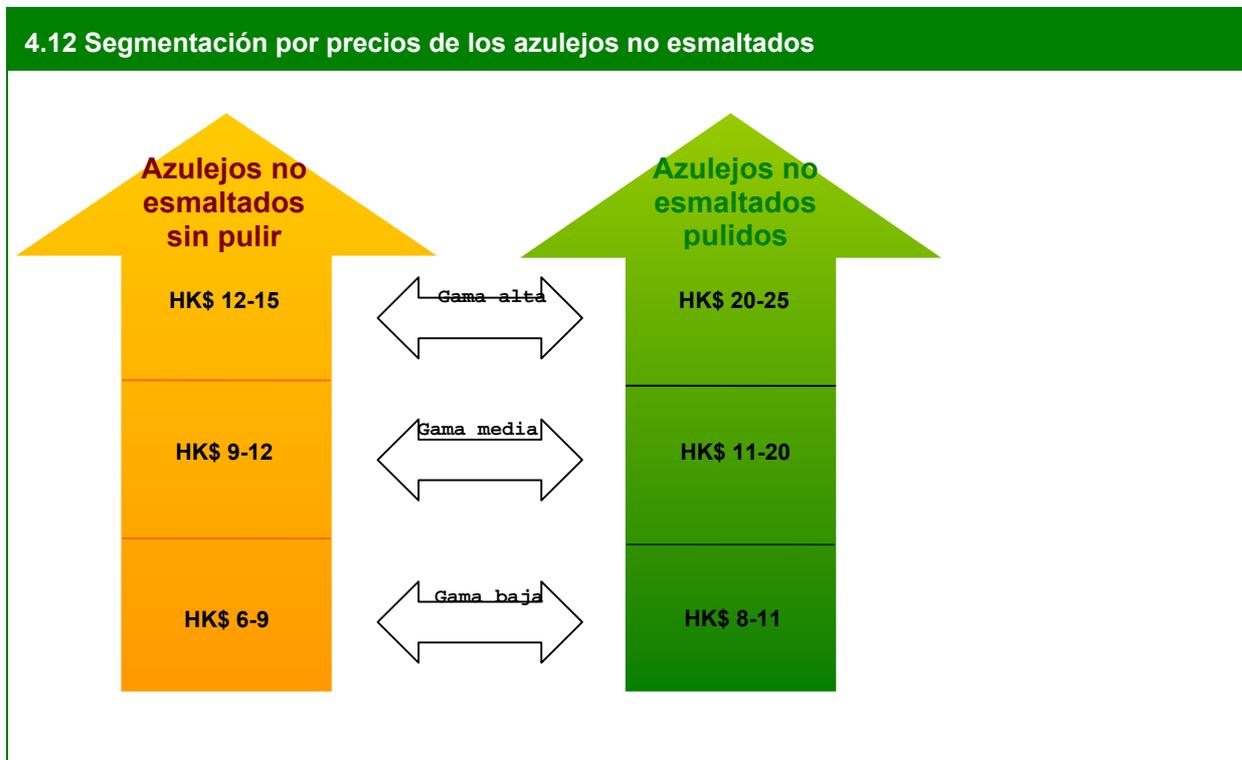
Note: precios por pie cuadrado

Fuente: entrevistas y visitas a tiendas

- Para los productos encontrados en general en establecimiento minoristas, los precios de los azulejos esmaltados varían entre 65 y 195HK\$ por metro cuadrado y pueden dividirse en tres segmentos:
 - Mercado de gama baja: precios de 65 a 75HK\$ por metro cuadrado, normalmente de China.
 - Mercado de gama media: precios de 86 a 118HK\$ por metro cuadrado, usualmente de Malasia y Taiwán.
 - Mercado de gama alta: precio de 118 a 195HK\$ por metro cuadrado, mayoritariamente de Italia y España.
 - Aún hay un mercado de calidad superior por encima del mercado de alta gama. Las baldosas cerámicas en este segmento se venden habitualmente entre 215 y 377HK\$ por pie cuadrado o incluso más. Estos productos son vendidos en tiendas especializadas y proponen diseños y estilos superiores para la decoración de interiores.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

2.2.3 Estructura de precios de las baldosas cerámicas no esmaltadas



Note: Precios por pie cuadrado

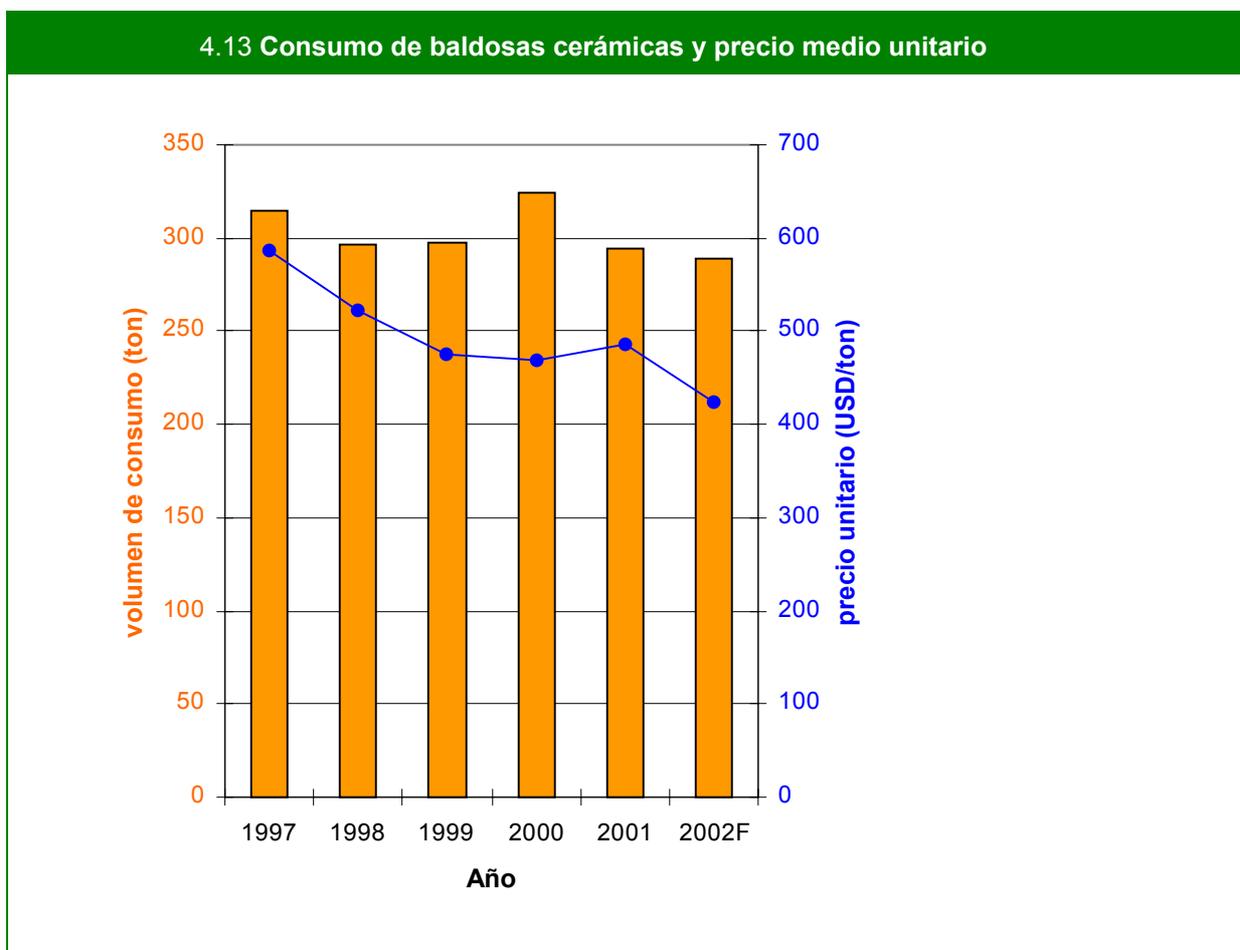
Fuente: entrevistas y visitas a tiendas

- Los precios de los azulejos no esmaltados (también llamados azulejos homogéneos) están muy ligados al origen del producto.
 - Mercado de gama baja: de 6 a 9HK\$ por pie cuadrado
 - Mercado de gama media: de 9 a 12HK\$ por pie cuadrado
 - Mercado de gama alta: precios de hasta 15HK\$ por pie cuadrado
- Los azulejos pulidos no esmaltados son alrededor de un 30-50% más caros que los no esmaltados:
 - Mercado de gama baja: de 8 a 11HK\$ por pie cuadrado
 - Mercado de gama media: de 11 a 20HK\$ por pie cuadrado
 - Mercado de gama alta: precios de hasta 25HK\$ por pie cuadrado

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

2.3 Modas que afectan a la demanda local de baldosas cerámicas

2.3.1 Los compradores buscan cada vez más baldosas cerámicas más baratas



Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

- Mientras que la demanda de baldosas cerámicas permanece estable en volumen, el mercado de Hong Kong ha estado sufriendo una constante deflación en los últimos 5 años.
- La media de precio unitario de baldosas cerámicas era de 586US\$ por tonelada en 1997. Decreció a un mínimo de 470US\$ por tonelada en los siguientes 3 años y solo se recuperó un poco en 2001.
- Hay 3 razones principales para la disminución del precio medio por unidad según los agentes del mercado:
 - El estallido de la burbuja de 1998
 - El rápido incremento de las baratas importaciones chinas que han atraído a un gran número de compradores. Algunos entrevistados también mencionaron que los principales constructores como Sun Hung Kai, Sino, Henderson y Cheung Kong están pasando de los productos españoles e italianos a productos chinos por motivos presupuestarios.

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

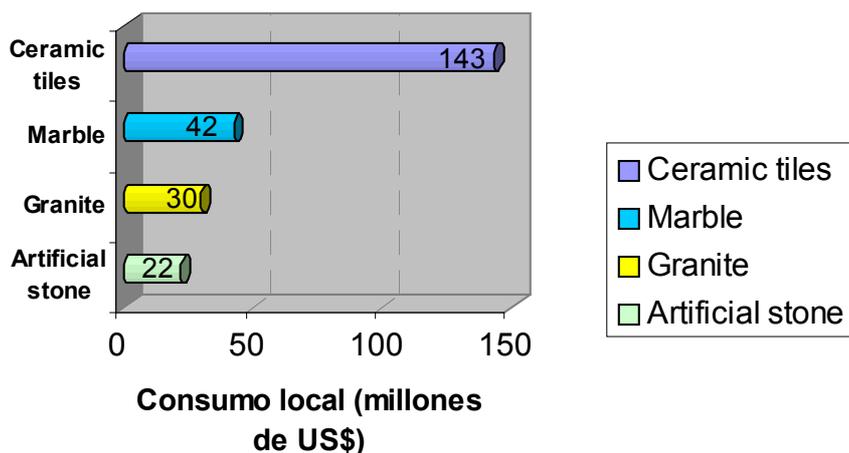
- Las presiones deflacionistas generales en China traducidas también en un descenso de los costes de material y mano de obra. Esto se refleja en el precio de salida de los azulejos.

1.1.1.1 2.3.2 Competencia entre baldosas cerámicas y otros productos de la piedra

El mercado relativo de las baldosas cerámicas, mármol y granito

- Mientras que los azulejos son empleados principalmente para pavimentos y revestimientos de paredes, están compitiendo con otros materiales de superficies como el mármol, granito y piedras artificiales.
- Los azulejos son de hecho el principal mercado de materiales de superficie en Hong Kong:

4.14 Consumo de baldosas cerámicas, mármol, granito y piedra artificial 2001



Note: las cifras para el mármol y el granito excluyen productos en crudo que no están listos para su uso en la construcción. Las cifras para piedra artificial solo han sido registradas desde 2001. Sin embargo las cifras de 2001 parecen estar altamente subestimadas
Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

Cada vez más compradores están sustituyendo mármol y granito por productos más baratos como baldosas cerámicas y piedra artificial.

- El material de mayor expansión es la piedra artificial. No solo están sustituyendo mármol y granito, sino que también están compitiendo con los azulejos.
- La producción china de piedras artificiales es muy competitiva en precios. :
- Las piedras artificiales y algunos tipos de baldosas cerámicas de mayor nivel fabricados en Europa e incluso en China han reducido distancias en términos de diseño y apariencia.
- Armhold & Co. Ltd, una de los principales distribuidores de azulejos y piedras naturales de Hong Kong, comentaron que su negocio del mármol está concentrándose ahora en

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

el procesamiento y exportación de mármol natural y artificial de China a Europa...
¡mientras que en el pasado solía ser al revés!

4.15 Cambios en el consumo de baldosas cerámicas, mármol y granito

Local apparent consumption (USD million)								
Producto	1997	1998	1999	2000	2001	2002F	CAGR (97'-01')	CHG(97'-01')
Granito	78	76	45	31	30	33	-21%	-62%
Mármol	79	77	48	53	42	43	-15%	-47%
Piedra artificial	n/a	n/a	n/a	n/a	22	42	n/a	n/a
Baldosas cerámicas	184	155	142	152	143	123	-6%	-22%

Note: CARG (97' 01'): Tasa anual de crecimiento acumulada entre 1997 y 2001; CHG (97'-01'): Porcentaje de cambio entre 1997 y 2001
Las cifras para piedra artificial solo han sido registradas desde 2001. Sin embargo las cifras de 2001 parecen estar altamente subestimadas
Fuente: Hong Kong Census and Statistics Department

2.3.3 Tendencias de la distribución

Cambio de proyectos estatales a privados

- El gobierno de Hong Kong solía ser el principal cliente en el negocio de los proyectos en el pasado. Los azulejos eran ampliamente usados en proyectos residenciales del gobierno, como pisos en propiedad o urbanizaciones públicas.
- Sin embargo, los distribuidores comentaron que el mercado de los proyectos públicos está decreciendo, y esta tendencia continuará en el futuro. Esto se corresponde con el cambio del papel del gobierno de propietario a proveedor.
- Los distribuidores y minoristas también creen que mientras el mercado inmobiliario se recupera, el mercado de las baldosas cerámicas subirá, sin importar quién construya los pisos. Es solo una cuestión de competencia entre productos de gama alta (para proyectos privados) y de gama baja (para proyectos públicos).

Cambio a más ventas de proyectos bajo la recesión económica

- Los entrevistados también comentaron que cuando la economía va mal, el volumen de negocios que pasa por el sector minorista tenderá a decrecer ya que las reformas de viviendas son las primeras en verse afectadas. La gente ahorrará menos dinero para reformar, lo hará con menos frecuencia y en menor escala.
- Los distribuidores estimaron que el 60-70% de las baldosas cerámicas vendidos van a parar ahora a proyectos de construcción. Sin embargo, algunos entrevistados comentaron que la parte de mercado del sector minorista era del 50% hace unos pocos años.

V ■ ANEXOS

1. INFORMES DE FERIAS

CEVISAMA 2003

- Fecha: 4-8 Marzo 2003
- Lugar: Valencia, España
- Observaciones: Azulejos, artículos sanitarios, materias primas, vidrio y equipamiento

CHINA BUILDING 2003

- Fecha: 5-8 Marzo 2003
- Lugar: Pekín, China
- Observaciones: Materiales de construcción

CERAMICS&CERAMIC TECHNOLOGIES

- Fecha: 19-21 Marzo 2003
- Lugar: Nueva Delhi, India
- Observaciones: Productos de cerámica y equipamiento

COVERINGS

- Fecha: 24-27 Marzo 2003
- Lugar: Orlando, Florida
- Observaciones: Azulejos, Piedra, Productos para suelos y equipamiento

DOMOTES ASIA / CHINAFLOOR 2003

- Fecha: 25-27 Marzo 2003
- Lugar: Shanghai, China
- Observaciones: Alfombras, Suelos de madera, baldosas cerámicas y de piedra

BATIMAT CHINA 2003

- Fecha: 2-5 Abril 2003
- Lugar: Shanghai, China
- Observaciones: Cerámica, azulejos y artículos sanitarios

CERAMICS, TILE & SANITARY WARE CHINA 2003

- Fecha: 19-22 Abril 2003

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Lugar: Shanghai, China
- Observaciones: Cerámica, azulejos y artículos sanitarios

The 15th China International Ceramics Industry Exhibition

- Fecha: 14-17 Mayo 2003
- Lugar: Guangzhou, China
- Observaciones: Productos de cerámica

CERAMICS CHINA 2003

- Fecha: 19-22 Mayo 2003
- Lugar: Guangzhou, China
- Observaciones: Productos de cerámica, materias primas y maquinaria

CERAMICS, MARBLE & STONE CHINA 2003

- Fecha: 23-26 Mayo 2003
- Lugar: Shanghai, China
- Observaciones: Cerámica, mármol y productos de piedra

CHINA INTERNATIONAL BUILDING & DECORATION FAIR 2003

- Fecha: 2-5 Julio 2003
- Lugar: Guangzhou, China
- Observaciones: Materiales de construcción y decoración

QUANGZHOU CERAMICS & BUILDING MATERIALS EXHIBITION

- Fecha: 23-26 Agosto 2003
- Lugar: Quangzhou, China
- Observaciones: Cerámica y materiales de construcción

CERSAIE 2003

- Fecha: 30 Septiembre- 5 Octubre 2003
- Lugar: Bolonia, Italia
- Observaciones: Cerámica y equipamiento de baños

HONG KONG INTERNATIONAL HARDWARE & HOME HONG KONG IMPROVEMENT FAIR 2003

- Fecha: 27-30 Octubre 2003
- Lugar: Hong Kong
- Observaciones: Materiales de construcción, ferretería y productos para el hogar.

2. LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

2.1 Lista de entrevistados

- Mr. Herrick Hung, Sales Manager (Tile Division), Sanitus Building Materials Ltd.
- Mr. Daniel Hui, General Manager, Building Materials Unit - Tiles, Arnhold & Co Ltd.
- Mr. Simon Tam, Sales & Marketing Manager, Companion Building Material Supplies

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Mr. Steven Lau, Managing Director, R.A.K. Ceramics (HK) Ltd.
- Mr. Anthony Yim, Interform International Ltd.
- Mr. David Chow, Architect, Hong Kong Housing Authority
- Ms. Vienna Cheung, Hop Cheong Lung Building Supplies Ltd.
- Omega Tiles and Construction Material Company
- Platinum Ceramics Ltd.
- Speedway Ceramic Tiles Ltd.
- Chun Cheong (Hop Kee) Building Material Co., Ltd.
- Sun Ngai Construction Materials Co., Ltd.
- Natural Tiles Ltd.

2.2 Otros distribuidores de baldosas cerámicas activos

Buona Idea Building Materials (International) Ltd.

- Dirección: Rm 2003A, China Insurance Group Bldg., 141 Des Voeux Rd., Central, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2543 4243
- Fax: (852) 2543 0480
- Contacto: Mr. Albert Poon
- Marcas de azulejos: Imola, Impronta, Flaviker, R.A.K., Vitra - Eczacibasi

Dah Chong Hong Ltd.

- Dirección: 8/F., Kai Cheung Rd., Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2768 3388
- Fax: (852) 2545 3668
- Marcas de azulejos: Bisazza, K.Y., MML, Nitto, Taisho

Interform International Ltd.

- Dirección: 13/F., Yue Xiu Bldg., 160-174 Lockhart Rd., Wanchai, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2511 8369
- Fax: (852) 2511 5267
- Marcas de azulejos: Shiwan, Joong-Ku, Spezzano di Fiorano, Milano

Ming Hop Co., Ltd.

- Dirección: 10/F., Tower 1, Enterprise Square, 9 Sheung Yuet Rd., Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2793 0903
- Fax: (852) 2783 0902
- Marcas de azulejos: Ballesman, Ceramicalcora, Faetano, Gomaz, Hispano, Diamond, Shiwan, White Goose

R.A.K. Ceramics (H.K.) Ltd

- Dirección: Rm. 1114-5, Nan Fung Commercial Center, 19 Lam Lok St., Hong Kong
- Teléfono: (852) 2757 3118

HONG KONG: ESTUDIO DE MERCADO SOBRE BALDOSAS CERÁMICAS

- Fax: (852) 2707 9668
- Contacto: Mr. Steven Lau, Managing Director
- Marcas de azulejos: R.A.K.

Score Building Materials Ltd.

- Dirección: Rm. 1401-11, Devon House, Taikoo Place, 979 King's Rd., Hong Kong
- Teléfono: (852) 2590 9898
- Fax number: (852) 2590 9767
- Marcas de azulejos: Inalco, El Barco, Hispano Azul, Saloni, Ragno, Ascot, Imoker

Toto Kiki (HK) Ltd.

- Dirección: Rm. 1101, 11/F., 3 Lockhart Rd., Wanchai, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2861 3177
- Fax: (852) 2861 3563
- Marcas de azulejos: TOTO

Tristar Building Materials Company

- Dirección: 6/F., New Victory House, 93-103 Wing Lok St., Sheung Wan, Hong Kong
- Teléfono: (852) 2541 8090
- Fax number: (852) 2854 1182
- Marcas de azulejos: TCL, Hawson, Kingling, Indus

3. BIBLIOGRAFÍA

- Hong Kong Census and Statistics Department
- Housing, Planning & Lands Bureau, www.hplb.gov.hk
- The Land Registry, www.info.gov.hk/landreg
- Hong Kong Property Review 2002
- Propertystreet.net
- India Chemical & Allied Products Export Promotion Council (CAPEXIL)
- Statistical Tradeflow Database, European Commission
- CB Richard Ellis, Hong Kong Market Index Brief, www.cbre.com.hk