

.k

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Toronto

Notas Sectoriales

El mercado del juguete en Canadá

ICEX

El mercado del juguete en Canadá

Este estudio ha sido realizado por Cayetano Casado
Gómez-Guillamón bajo la supervisión de la Oficina
Económica y Comercial de la Embajada de España en
Toronto

Abril 2005

ÍNDICE

I. CONCLUSIONES	4
II. PANORAMICA GENERAL DEL PAIS	6
1. DATOS BASICOS	6
2. PANORAMA POLITICO	6
3. PANORAMA ECONÓMICO	7
4. PANORAMA SOCIAL	7
5. EL SECTOR EXTERIOR	7
6. ASPECTOS LEGALES	8
III. OFERTA	9
1. LA INDUSTRIA DEL JUGUETE A NIVEL MUNDIAL	9
2. LA INDUSTRIA CANADIENSE DEL JUGUETE	13
3. COMERCIO EXTERIOR	17
IV. FACTORES DE COMERCIALIZACION	28
1. DISTRIBUCIÓN	28
2. ARANCELES E IMPUESTOS	29
3. ETIQUETADO, EMPAQUETADO Y CERTIFICACIÓN	30
4. TRANSPORTE Y FORMAS DE PAGO	32
V. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	33
VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	35
VII. PROMOCION	36
1. MEDIOS	36
2. TENDENCIAS	37
VIII. ANEXOS	38
1. LISTADO DE CLIENTES POTENCIALES: DISTRIBUIDORES E IMPORTADORES	38
2. LISTADO DE PRINCIPALES FABRICANTES DE JUGUETES	40
3. DIRECCIONES DE INTERÉS	42
IX. FUENTES	44

I. CONCLUSIONES

El sector del juguete en Canadá es un mercado de difícil acceso para el producto español. Dos grandes factores actúan en su contra: por un lado, la fortaleza del euro, que encarece mucho el juguete fabricado en España y Europa; por otro lado el desconocimiento del producto español, tanto por parte del consumidor como por parte del distribuidor/importador. Sin embargo existe una cuota de mercado donde el producto español tiene cabida, un pequeño porcentaje de los juguetes importados a Canadá tiene origen europeo y es en este rango donde el juguete español puede competir tanto a niveles de precio como de calidad.

La población canadiense esta envejeciendo y, por tanto, el número de niños esta disminuyendo, este hecho junto a las nuevas tendencias en el sector juguetero, donde la presencia de ordenadores y consolas es determinante en la sociedad canadiense, influye en que las importaciones y las ventas de juguetes estén estancadas e incluso decreciendo. Dos grandes respuestas han tenido lugar en el sector, disminución de costes y diversificación. Como consecuencia de la primera estrategia muchas pequeñas y medianas compañías manufactureras han desaparecido, otras se han fusionado y otras han trasladado sus plantas de fabricación a países donde la mano de obra es más barata. Otras empresas han optado por especializarse en cierto tipo de productos o diversificar su público objetivo, ampliándose el rango de edades a que ciertos juguetes iban destinados.

La deslocalización de las empresas, en gran parte a China, para reducir costes sumado al aumento de calidad del producto allí fabricado ha originado un aumento exponencial de las importaciones de aquel país. La media de productos importados de China a Canadá alcanza en ciertas partidas el 95% del valor total importado. El producto estadounidense, en cambio, ha experimentado una disminución en los últimos cinco años así como el producto europeo, este último debido fundamentalmente a la fortaleza del euro.

El producto español muestra en sus exportaciones a Canadá una respuesta irregular en las diversas partidas, a lo largo de los años se experimentan aumentos o disminuciones sin un patrón fijo. De entre todas las partidas las 9503 (los demás juguetes; modelos reducidos y modelos similares para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase) y 9504 (artículos para salas de juego, juegos de mesa o salón, incluidos los juegos con motor o mecanismo, billares, mesas especiales para juegos de casino y juegos de bolos automáticos) son las que más peso representan para el producto español ya que son las que más valor exportaron, a pesar de que en los últimos años han decrecido las importaciones.

El 65% de las ventas de juguetes se realiza en las provincias de Ontario y Québec, y es en estas dos provincias donde el producto español (y el europeo) tiene más presencia. Otro 25% de las ventas lo

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

constituyen Alberta y la Columbia Británica y el resto de las ventas se realiza en los 9 territorios restantes.

Con respecto a las nuevas tendencias la marca se convierte en algo fundamental hoy día para productos de gama media-alta. El niño es capaz de reconocer una marca y expresar su preferencia por ellas. Los importadores canadienses, por tanto a la hora de elegir un producto de esta gama, va a fijarse sobre todo en la marca, estando dispuesto a pagar mas por una marca que sabe el niño va a demandar. Por esta razón el producto español no es el más demandado por los consumidores e importadores, porque no se conoce.

Por último conviene indicar la importancia de las relaciones públicas en Canadá. En este país las asociaciones tienen mucho peso y los líderes de opinión ejercen una influencia considerable. La Canadian Toy Association es la asociación de referencia en el sector en Canadá. Es una entidad a tener en cuenta ya que publican listas de juguetes recomendados y organizan la feria de juguetes más destacada del país, la “Canadian Toy and Hobby Fair” que se celebra anualmente en Toronto. La empresa que exporte juguetes a Canadá puede enviar su juguete a la asociación para su evaluación y obtener así, si el juguete lo merece, una buena referencia a nivel nacional.

Para combatir el desconocimiento del producto español, quizá fuera buena idea el invitar a distribuidores canadienses a España a conocer el juguete español. Un evento idóneo a tal efecto es la feria internacional del juguete que se celebra anualmente en Valencia (FEJU) y que constituye el evento más importante en el sector juguetero español.

II. PANORAMICA GENERAL DEL PAIS

1. DATOS BASICOS

Canadá es el segundo país más grande del mundo, sin embargo, a pesar de su extensión, en él viven poco más de 32 millones de personas de las cuales la mayor parte habita en los grandes núcleos urbanos y cerca de la frontera de los Estados Unidos. El país está dividido en 10 provincias y 3 territorios con régimen especial siendo las más pobladas Ontario y Québec.

La ciudad más grande de Canadá es Toronto con una población de alrededor 5 millones seguida por Montreal con 3.5 millones de habitantes.

2. PANORAMA POLITICO

Canadá es una democracia parlamentaria perteneciente a la Commonwealth. El jefe de estado es la Reina Isabel II que se ve representada en Canadá por la Gobernadora General Adrienne Clarkson. La cabeza de gobierno es el primer ministro, elegido por sufragio universal. Desde diciembre de 2003 el cargo lo ocupa Paul Martín, del partido liberal.

El poder legislativo se ejerce bilateralmente, desde el Parlamento del Senado y la Cámara de los Comunes. Los senadores son designados por el gobernador general y el primer ministro y los diputados se eligen por sufragio universal directo. Actualmente el partido liberal ocupa el 36% de los escaños de la cámara baja, seguido por el 30% del partido conservador. Los otros dos partidos con cierto peso específico son la nueva democracia, con un 15% de los escaños y el bloque de Québec con un 12% . El partido liberal gobierna en minoría con ciertas dificultades.

Canadá es un país donde los gobiernos provinciales tienen una autonomía muy grande. Tienen competencias en materia de sanidad, educación, servicios sociales, obras públicas provinciales, derecho civil, gobierno municipal, administración de justicia, tribunales y cumplimiento de las leyes provinciales. También tienen el control sobre las relaciones laborales salvo en ciertos sectores bajo control federal como la banca y el transporte.

El gobierno federal es competente en temas de defensa, comercio exterior, política exterior, aduanas y aranceles, política monetaria, navegación marítima y aérea, transporte interprovincial, Legislación sobre patentes, quiebras, ciudadanía y penal, desempleo, servicios postales y pesca.

3. PANORAMA ECONÓMICO

La economía canadiense guarda mucha semejanza con la estadounidense en su orientación de apertura de mercado y altos estándares de vida. Desde 1994, con la firma del tratado de libre comercio para Norteamérica (NAFTA) el comercio con las EEUU se incremento de manera radical de tal manera que la economía canadiense es hoy día muy dependiente de la estadounidense. Así, la crisis actual de los EEUU afecta a Canadá con un bajo crecimiento económico y un desempleo en aumento. Sin embargo, considerando los recursos del país, las modernas instalaciones y la mano de obra cualificada las perspectivas económicas canadienses son optimistas. En los últimos años, un política fiscal restrictiva ha permitido reducir substancialmente la deuda nacional (del 77% del PIB en 2003).

La renta per capita en año 2003 fue de 29.800 dólares americanos. El 69% de la población activa trabaja en el sector servicios, el 29% en el sector manufacturero y el 2% restante en la agricultura. Dentro del sector manufacturero los subsectores más importantes son: Transformación de minerales, productos forestales y alimentarios, equipamiento para el transporte, productos químicos y productos petroquímicos.

El crecimiento real de PIB en los dos últimos años disponibles ha sido de 1.75% en el año 2003 y de 2.9% en el año 2004, alcanzándose los 958700 millones de dólares americanos. Aproximadamente el 36% del PIB corresponde al comercio.

4. PANORAMA SOCIAL

Canadá cuenta con 32 millones de habitantes de los cuales el 26% tiene 19 años o menos. La población crece lentamente, aproximadamente a un 0.9% anual.

Canadá es un país diverso socialmente hablando. Los dos grandes grupos poblacionales son los descendientes de los colonos británicos (28%) y francés (23%). El otro 50% de la población lo componen variados grupos étnicos. Inmigrantes italianos, portugueses, griegos y ucranianos suman un 15% de la población. Otro 6% lo componen los inmigrantes asiáticos y tan sólo un 2% corresponde a los nativos amerindios. El resto es de ascendencia mixta. Esta mezcla hace de Canadá un país peculiar que se ve afectado por muchas y variadas tendencias culturales provenientes de todo el globo.

La calidad de vida en este país se considera elevada y no existe un porcentaje relevante de población bajo el umbral de pobreza.

La población activa es el 53% de los 32 millones de habitantes de la cual el 7,8% se encontraba en desempleo en el año 2003.

5. EL SECTOR EXTERIOR

El comercio exterior canadiense se encuentra fuertemente vinculado a las transacciones comerciales con los Estados Unidos. Si se habla de exportaciones el 81.7% de las mismas en 2004 tuvieron como destino a su país vecino. El volumen medio durante los últimos cinco años exportado a EEUU sobre el total de las exportaciones canadienses representó el 83.06%.

Los productos que Canadá exportan son: Vehículos y sus partes, madera y productos derivados, maquinaria industrial, aviones y equipamiento para la industria de las telecomunicaciones, productos químicos, plásticos, electricidad y combustibles (petróleo y gas natural).

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Por otro lado, las importaciones provinieron en 2004 en un 68% de Estados Unidos y un 9.9% de la UE. Dentro de los países de la UE, Inglaterra, Alemania y Francia son los socios comerciales más importantes para Canadá. China y Japón constituyen el origen de otro 10% de las importaciones.

Los productos que fundamentalmente importa Canadá son: Maquinaria, automóviles y sus componentes, productos químicos y bienes de consumo.

6. ASPECTOS LEGALES

El derecho canadiense (criminal y civil) procede en todas las provincias salvo Québec del Common Law Británico. En Québec impera el derecho civil codificado de origen francés.

El régimen de importación canadiense, regulado por el “Canada Customs Act” corresponde a un modelo de intercambio comercial liberalizado. Por tanto, la mayoría de las importaciones no requieren autorización de ningún tipo. Algunos bienes sólo pueden ser importados previa obtención de una licencia. Es el caso del carbón, acero, armas y algunos productos agrícolas. El “Exports and Imports Permits Act” incluye una lista de control de importaciones en la que se especifican todas las mercancías cuya importación en Canadá está prohibida o sujeta a contingentes.

Respecto a los aranceles, España está en el grupo de nación más favorecida (MFN). Los países en desarrollo y los de la Commonwealth reciben un trato más favorable en esta materia. Algunos países, como Israel o Costa Rica, han suscrito acuerdos bilaterales de libre comercio con Canadá.

Además de los aranceles, las importaciones están sujetas al impuesto de valor añadido federal (GST), del 7%. Y si, la importación la realiza el usuario final además están sujetas al impuesto provincial (que varía con cada provincia).

Los cobros y pagos con el exterior no se encuentran regulados, así como el control de cambios tampoco lo está. El dólar canadiense es perfectamente convertible y las cuentas bancarias se pueden mantener en dólares norteamericanos.

III. OFERTA

1. LA INDUSTRIA DEL JUGUETE A NIVEL MUNDIAL

El sector juguetero a nivel mundial se caracteriza por la tendencia hacia un alto grado de concentración, con fusiones relativamente frecuentes en los últimos años entre las empresas productoras, sobre todo en Europa y Estados Unidos, buscando la optimización de la producción y reducción de costes.

En la mayoría de los casos esto se ha traducido en un desplazamiento de sus líneas productivas a países como China, India u otros países asiáticos, que ofrecen mano de obra muy barata.

Además estas fusiones entre empresas del sector se producen como respuesta a la necesidad de una mayor inversión en I+D y por otro a la reducción de los ciclos de vida de los productos.

En cuanto a la distribución de juguetes, ésta también se ha visto afectada por la concentración de las ventas en las grandes cadenas de tiendas, lo que ha llevado a la reducción de los márgenes tanto en el caso de las empresas productoras como de los pequeños comerciantes. En este último caso, éstos han tenido que enfocar sus ventas hacia productos especializados buscando un nicho de mercado para no competir directamente con las grandes cadenas y poder mantener de esta manera sus márgenes comerciales.

Consumo

El mercado del juguete se ha visto afectado a nivel mundial por el cambio de tendencias que se han ido y siguen produciendo en todos los países y que han supuesto un cambio importante en las pautas de consumo.

Como elementos más destacados que han afectado a la industria juguetera podemos indicar los siguientes:

- El descenso generalizado de la natalidad en los países más desarrollados.
- La aparición de los ordenadores como un elemento sustitutivo de los juguetes tradicionales.
- Cambio de comportamiento en los gustos y preferencias del público objetivo.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

a) Descenso de la natalidad:

El descenso de la natalidad ha sido especialmente significativo en los países desarrollados lo que ha llevado a una reducción del número de individuos como público objetivo.

Paralelamente al descenso de la natalidad se ha producido un aumento considerable del gasto medio por hijo dedicado a la compra de juguetes. Esto se debe a dos motivos:

- La incorporación de la mujer al mundo laboral y, como consecuencia, al incremento de la renta media que perciben las familias.

- La creencia por parte de los nuevos padres de que los juguetes son una manera de educar a sus hijos. Por ello existe cada vez más una preocupación por comprar juguetes que diviertan y que eduquen al mismo tiempo. Esto es cierto especialmente cuando se trata de la compra de juguetes pre-escolares.

b) El ordenador:

Los ordenadores y las consolas han sido uno de los elementos que más han condicionado el mercado de juguetes en los últimos años.

Actualmente se estima que en Canadá y Estados Unidos alrededor del 45% de los niños con edades comprendidas entre 9 y 14 años usan con regularidad un ordenador y un 25% son internautas activos.

Como consecuencia de esta tendencia, los niños dedican cada vez menos tiempo a los juguetes y prefieren pasar más tiempo navegando por Internet o jugando con sus consolas.

De hecho, se ha comprobado que el lanzamiento de nuevas video-consolas repercute negativamente en la venta de juguetes de una manera directa.

c) Cambios en los gustos

Como consecuencia de los cambios sociales que se están produciendo en la última década, los niños tienden a madurar antes lo que lleva a la reestructuración de las horquillas del público objetivo.

Como ejemplo sirva el caso de las muñecas. No hace muchos años atrás las muñecas eran un juguete que se utilizaba por norma habitual hasta que las niñas cumplían los doce años. Hoy, con la influencia de los medios de telecomunicación e Internet, el interés por las muñecas sobre todo en los países más desarrollados se ha visto reducido hasta los seis o siete años como máximo, como tónica general.

Además de tener que enfrentarse a un mercado donde las niñas son más maduras, las empresas deben adaptar sus productos a los fuertes vínculos con conceptos de moda y a personajes que aparecen en la televisión.

Esto ha llevado a que algunas empresas jugueteras consideren a los niños entre 8 y 12 años como un nuevo mercado denominado pre-adolescente. En este subconjunto tiene especial importancia la marca del producto. El niño es capaz de reconocer una marca concreta y expresar su voluntad por esa marca.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Producción

a) Tecnología:

Hoy en día la industria tiende a introducir componentes eléctricos y electrónicos en un gran número de juguetes, lo que da lugar a que el abanico de posibilidades sobre productos y uso del juguete aumente.

En la actualidad es muy común encontrar osos de peluches interactivos, muñecas que hacen multitud de movimientos o coches que incorporan luces o sonidos.

Por ejemplo, los juguetes que comercializa Fisher-Price llevan en más del 70% de los casos un chip, comparado con sólo el 15% cuatro años atrás.

b) Ciclos de vida muy cortos y mayor variedad de productos:

La idea del mundo juguetero en los últimos años ha sido aumentar la rotación de sus productos.

Por un lado, esto se debe a que la vida de los juguetes es más corta, sobre todo en el caso de juguetes que se fabrican bajo licencia y cuyo ciclo de vida limitado suele durar lo mismo que el evento bajo el que se licencian.

Esto se debe a la voluntad de las empresas de aumentar el gasto medio de su público objetivo mediante la introducción en el mercado de nuevas gamas con cierta regularidad y también con la comercialización de complementos de los juguetes ya existentes.

c) Fabricación bajo licencia:

Fabricar bajo licencia se ha convertido en uno de los caminos más comunes de comercializar juguetes en todo el mundo. De esta manera las empresas fabricantes buscan asegurarse el éxito en la venta de sus productos.

La fabricación de juguetes bajo licencia es extensible a cualquier tipo de elemento, desde muñecos que son réplicas de personajes populares, hasta juegos de mesa que utilizan el nombre licitado.

Ejemplo de este tipo de estrategia es el juego de mesa: “Who wants to be a millionaire?” (¿Quién quiere ser millonario?) que aumentó de una manera considerable la venta de juegos de mesa en los Estados Unidos y Canadá durante el año 2001 gracias a la gran aceptación del programa televisivo con el mismo nombre.

Sin embargo, este tipo de estrategia entraña una serie de riesgos derivados de los ciclos muy cortos de comercialización del producto lo que lleva a que muchas empresas deban realizar fuertes campañas de publicidad para asegurarse el éxito de sus productos.

Por otro lado el éxito de los juguetes bajo licencia está fuertemente relacionado con el éxito del programa, película, personaje o evento al que se vinculan.

d) Juguetes educativos:

Los juguetes educativos en sus diferentes vertientes (juguete clásico hecho de madera u otros que incorporan componentes tecnológicos) se han convertido en un producto demandado por parte de

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

padres y educadores que buscan para sus hijos no sólo un pasatiempo si no que quieren también un juguete que les forme y dé ciertos valores.

Este posicionamiento por parte de algunos padres se debe al convencimiento de los efectos negativos que sobre sus hijos están produciendo los videojuegos u otros juegos que fomentan la violencia.

Hay que mencionar, también, que el poder adquisitivo de las familias en muchos casos ha aumentado y que los padres gastan más dinero en juguetes y juegos para sus hijos.

Otro dato curioso que se ha corroborado en los dos últimos años es el éxito y, por tanto incremento, de las ventas de libros para niños (debido principalmente al éxito de películas como “ El Señor de los Anillos” o “ Harry Potter”).

e) Juguetes para adultos:

Cuando se habla de juguetes para adultos éstos pueden ser de dos tipos. Aquellos diseñados para gente adulta, tales como: juegos de mesa o puzzles y los juguetes diseñados para niños pero que los adultos compran.

Un dato curioso, es que se ha apreciado que las mujeres mayores de 40 años han empezado a adquirir video juegos y algunas empresas han reaccionado ágilmente y han empezado a diseñar juegos específicos para ellas. Por tanto este segmento poblacional se ha convertido en un nicho de mercado para algunas empresas.

Otro dato curioso ha sido la introducción de los puzzles tridimensionales en el mercado que son comprados casi exclusivamente por hombres cuyas edades fluctúan entre 20 a 50 años.

También existe un nuevo mercado para los productores que se dediquen a la comercialización de juguetes para coleccionistas. Este mercado es especialmente lucrativo en países como Canadá, Estados Unidos, Japón, Reino Unido o Alemania.

Los tipos de juguetes que se venden para coleccionistas engloban desde réplicas de deportistas (jugadores de fútbol, baloncesto-NBA, hockey), actores, personajes de películas, dibujos animados, series de televisión o cómics, muñecas (sirva como ejemplo Barbie y todo tipo de complementos que la rodean), coches de juguete (réplicas principalmente), trenes o muñecos de peluche que en algunos casos llegan a alcanzar cifras astronómicas en el mercado.

Como consecuencia de este mercado floreciente, algunas empresas han empezado a lanzar dos líneas para el mismo juguete. Una orientada a los niños y una de lujo enfocada al mundo de los coleccionistas.

f) Internet:

Internet se ha convertido en una necesidad en los últimos años para las empresas jugueteras que quieren tener éxito en el mercado.

Por un lado con el uso cada vez más común de Internet por parte de los niños, es una necesidad contar con una página web en la cual promocionar y vender los productos a través de la red.

Pero no solamente Internet es útil para la venta y promoción de juguetes si no que en algunos casos se ha convertido en un complemento del juguete vendido.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Esto se debe a que algunos juguetes incorporan acciones que se pueden actualizar a través de descargas en Internet. En el caso de la juguetera Bandai, ésta va más lejos y ha introducido en el mercado una serie de robots que pueden interactuarse con otra serie de robots virtuales mediante el uso de Internet.

2. LA INDUSTRIA CANADIENSE DEL JUGUETE

Consumo

El mercado Canadiense del juguete tiene muchas características comunes con su país vecino Estados Unidos, que derivan de su fuerte vinculación económica (Estados Unidos es de lejos el socio comercial más importante para Canadá), como de la influencia cultural y de los medios de comunicación que tienen sobre la gente en Canadá y en especial en la audiencia infantil.

El mercado del juguete se ha venido comportando de una manera positiva en los últimos años con un crecimiento medio del 4.8%. En el año 2002 las ventas de juguetes en todo Canadá fueron de aproximadamente 1.500 millones de Euros con un crecimiento medio de entorno al 6%. Aproximadamente de estos 1.500 millones de Euros la mitad de las ventas fueron de juguetes como: kits (estilo mecanos o tentes), puzzles, cartas, trenes eléctricos, juguetes musicales y otros similares que se incluyen en dentro del código HS 9503

Por provincias las ventas de juguete se reparten de la siguiente manera:

Tabla 1. Ventas de juguetes en Canadá por provincias

PROVINCIA	%
Ontario	39
Québec	25
British Columbia	13
Alberta	10
Resto	13

Fuente: Strategis Canada

Como puede observarse en la Tabla 1 el 65% de las ventas se realiza en las provincias más pobladas, Ontario y Québec, otro 25% lo adquieren British Columbia y Alberta y el resto se reparte de manera residual entre el resto de las provincias. Este dato responde básicamente a dos causas, en primer lugar la población de Canada se concentra mayoritariamente en las cuatro provincias mencionadas. Por otro lado, el resto de provincias están sufriendo una despoblación importante de tal manera que las familias jóvenes (con niños) se marchan en busca de mejores climas y oportunidades a otras partes del país. El 40% de las ventas se realiza en la provincia de Québec que además, en cierto modo, tiene preferencia por el consumo de productos franceses o europeos y que en algunos casos son capaces de pagar una prima del 5% sobre otro producto sustitutivo si éste procede de Europa.

Además de los juguetes franceses en Québec, la industria europea es conocida principalmente por la presencia de jugueteros alemanes desde hace bastantes años en el país, así como ingleses y suecos.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

En cuanto a la población en Canadá, ésta ronda actualmente los 32 millones de habitantes de los cuales la mayoría se concentran en la frontera con Estados Unidos y más concretamente en las provincias de Québec, Ontario y British Columbia.

De acuerdo al último censo en 2001 (Tabla 2) el número de niños comprendidos entre 0 a 14 años era de 5.8 millones con previsiones de descenso para el año 2006 a 5.5 millones.

Tabla 2. Porcentaje de niños en 2001 y previsiones para 2006

Edad	2001		2006	
	Niños	Niñas	Niños	Niñas
0-4	880,500	835,400	841,400	798,800
5-9	1,038,200	988,400	918,400	872,000
10-14	1,065,500	1,011,000	1,075,800	1,020,600

Fuente. Strategis Canada

Aunque se espera que se produzca un descenso de la natalidad, paralelamente se está demostrando que el gasto medio por familia en la compra de juguetes está aumentando principalmente por el mayor poder adquisitivo medio que poseen las familias.

El gasto medio en ocio y diversión de este grupo de entre 0 y 15 años es de 26 dólares canadienses a la semana de acuerdo a un estudio de “The Canadian Testing Council”.

Por otro lado hay que recordar que un tercio de la población en Canadá tiene más de 50 años y se trata de un mercado que está experimentando un fuerte crecimiento.

Normalmente este sector de la sociedad compra puzzles, mecanos o juegos de cartas.

Otro dato destacable y que se repite en el mercado canadiense es la preocupación por parte de los padres de la educación de sus hijos y que se deriva en la compra de juegos que diviertan y eduquen al mismo tiempo. Esto es especialmente cierto cuando se habla de juguetes preescolares.

En el mercado canadiense existe también un alto grado de preocupación por las nuevas tecnologías (hay que recordar que Canadá es uno de los países del mundo donde hay una mayor penetración de Internet en los hogares) y por tanto los padres buscan juguetes que sumerjan a los niños desde muy temprana edad en el mundo de la informática. Este tipo de productos están muy bien considerados en el mercado.

En Canadá el acceso a Internet llega a cerca del 50% de la población y, por tanto, se convierte en un elemento importante de comercialización y promoción de productos.

Además hay que tener en cuenta que de ese 50% de la población que usa Internet, el 53% consulta páginas buscando información sobre productos, o los compra.

El 4.3% de las ventas en Internet en Canadá son juguetes o juegos (no están incluidos los juegos para videoconsolas u ordenadores) lo que supone 10.5 millones de dólares canadienses.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Oferta

La industria del juguete en Canadá está dominada por un grupo limitado de grandes empresas, en muchos casos filiales de empresas americanas. Algunas grandes empresas americanas con líneas de producción en Canadá son: Mattel, Fisher-Price, Tyco Toys, Hasbro y Little Tikes. También la empresa sueca BRIO tiene una fábrica en la provincia de Ontario y lo mismo ocurre con la alemana Playmobil.

Las grandes empresas canadienses que se dedican a la fabricación de juguetes son las siguientes:

-Irwin Toys Ltd: Se encuentra situada en Toronto y desde finales del año 2002 se encuentra en quiebra.

Entre los juguetes que hasta finales del 2002 producía y distribuía se incluyen: Dragon Ball Z (recientemente vendida a la empresa americana Jakks Pacific Inc.), Franklin, Jenga, Leap frog, Yo-Yo, Meccano o Sky Bugz (vendido a finales del año 2002 a la empresa Spin Master Ltd.).

-Thinkway Toys: Está localizada en Markham en la provincia de Ontario y se dedica principalmente a la producción bajo la licencia de los productos Disney. Sus productos más conocidos son: los juguetes de las película “Toy story” o “Monsters Inc.”, Gundan, las princesas Disney, la muñeca Whisper Secrets o los muñecos Neopets

-Ritvik Holdings Inc.: Más conocida como Megablocks ya que es uno de sus productos más populares. Otros productos que fabrica son: Los populares juguetes de Barrio Sésamo (Sesame Street), Teletubbies, los Peanuts (Snoopy) o Nascar.

-Wrebbit Inc. :Está enfocada exclusivamente en la producción de puzzles. Uno de sus productos más novedosos fue la introducción de los puzzles tridimensionales. A lo largo del año 2000 sufrió una fuerte crisis que le llevó a una importante reestructuración de la plantilla y a reposicionar sus productos.

Actualmente sigue produciendo puzzles en tres dimensiones bajo la marca Puzz3D y que incluye entre sus novedades réplicas de los edificios que aparecen en las películas de “El Señor de los Anillos”. Otras marcas de puzzles que producen son: Perfalock puzzles, Thomas Kinkade, Caillou o Dr. Laird.

-Bo-Jeux Toys Inc. : Sus oficinas centrales se encuentran en Anjou-Québec. Su gama de productos incluye: Tutti Fruti, Sawga, Matchitecture (puzzles que se hacen con cerillas), Play Art, Caillou o Roll-O-Puzz (para transportar puzzles sin problemas). Además de producir su propia gama de productos también distribuye e importa juguetes de otros fabricantes. En el caso de España, Bo-Jeux Toys importa juguetes de Unice, Educa-Borrás, Artisec y Famosa.

Por otro lado, aparte de las grandes empresas del sector hay que enumerar la existencia de un gran número de pequeñas y medianas empresas que se dedican a la producción de juguetes principalmente de carácter educativo.

En la Tabla 3 se muestran en detalle como están repartidas las empresas del sector en Canadá.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Tabla 3. Clasificación de fabricantes de juguetes en función a su tamaño (2003)

N° de fabricantes de Muñecas y Juguetes (NAICS 33993)				
Provincia o territorio	Tamaño (n° de empleados)			
	1-4	5-99	100-499	500+
Alberta	6	3	0	0
British Columbia	16	10	0	0
Manitoba	9	0	0	0
New Brunswick	2	1	0	0
Newfoundland	3	0	0	0
Nueva Escocia	9	2	0	0
Nunavut	0	1	0	0
Ontario	45	30	2	0
Isla Principe Eduardo	5	0	0	0
Québec	30	16	3	1
Saskatchewan	3	2	0	0
Yukon	0	0	0	0
CANADA	128	65	5	1
%	64.3%	32.7%	2.5%	0.5%

Fuente. Strategis Canada

Como se puede comprobar en el cuadro superior la mayoría de las empresas tienen menos de 4 trabajadores y se concentran en las provincias de Québec y Ontario. Representan el 65% del total y casi en el 100% de los casos se trata de artesanos que elaboran algún tipo de juguete tradicional.

Estas pequeñas empresas se han especializado en su mayoría en productos concretos como educacionales, juegos de mesa o de coleccionistas, intentando cubrir nichos de mercado y no competir directamente con las grandes multinacionales ya que estas Pymes no pueden competir en términos de costes o economías de escala con las grandes multinacionales.

Como consecuencia de esta lucha por lograr un nicho de mercado, muchas de las pequeñas empresas jugueteras en Canadá se vieron forzadas a cerrar a lo largo de la década de los 90. Se estima que el número de fabricantes de juguetes se vio reducido en alrededor de un 16%.

Por otro lado la producción juguetera en el periodo 1993-2002 contabilizó un crecimiento medio del 14% pasando de un valor total de 119.9 millones de dólares canadienses en 1993 a un total de 388.6 millones en 2002. Y, a pesar de que la producción se vio reducida en un 25% en el periodo 98-99, el sector se ha recuperado desde entonces.

Actualmente y debido a la diferencia de costes, muchas empresas canadienses han desplazado sus líneas de producción a países como China, la India y otros países del sudeste asiático, concentrando en Canadá sólo ciertas fases finales de la producción como ensamblaje o empaquetado. como es el caso de

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Thinkway Toys y Ritvik Holdings, , con la consecuente reducción de costes y el abaratamiento de los productos.

3. COMERCIO EXTERIOR

Introducción

El sector juguetero atiende a las siguientes clasificaciones.

En Norteamérica, el código utilizado es el NAICS (North American Industry Classification System) y las muñecas, juguetes y juegos se engloban en el epígrafe 33993.

El sistema armonizado (HS) clasifica los productos considerados como juguetes en las siguientes partidas y subpartidas:

- 9501: JUGUETES DE RUEDAS DISEÑADOS PARA SER MONTADOS POR LOS NIÑOS, COCHES Y SILLAS DE RUEDAS PARA MUÑECAS.
- 9502: MUÑECAS QUE REPESENTEN SÓLO SERES HUMANOS
 - o 950210: MUÑECAS Y MUÑECOS INCLUSO VESTIDOS
 - o 950291: PRENDAS DE VESTIR Y SUS COMPLEMENTOS
 - o 950299: LAS DEMAS PARTES
- 9503: LOS DEMÁS JUGUETES; MODELOS REDUCIDOS Y MODELOS SIMILARES PARA ENTRETENIMIENTO, INCLUSO ANIMADOS; ROMPECABEZAS DE CUALQUIER CLASE.
 - o 950310: TRENES ELECTRICOS, CARRILES, SEÑALES Y DEMAS ACCESORIOS
 - o 950320: MODELOS REDUCIDOS PARA ENSAMBLAR EXCEPTO LOS DE LA PARTIDA ANTERIOR
 - o 950330: DEMAS SURTIDOS Y JUGUETES DE CONSTRUCCION
 - o 950341: JUGUETES QUE REPRESENTAN SERES NO HUMANOS RELLENOS
 - o 950349: LOS DEMAS JUGUETES QUE REPRESENTAN SERES NO HUMANOS
 - o 950350: INSTRUMENTOS Y APARATOS MUSICALES DE JUGUETE
 - o 950360: ROMPECABEZAS
 - o 950370: LOS DEMAS JUGUETES PRESENTADOS EN SURTIDOS
 - o 950380: LOS DEMAS JUGUETES Y MODELOS CON MOTOR
 - o 950390: LOS DEMAS
- 9504: ARTICULOS PARA SALAS DE JUEGO, JUEGOS DE MESA O SALON, INCLUIDOS LOS JUEGOS CON MOTOR O MECANISMO, BILLARES, MESAS ESPECIALES PARA JUEGOS DE CASINO Y JUEGOS DE BOLOS AUTOMATICOS.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

- 950410: VIDEOJUEGOS UTILIZADOS CON RECEPTOR EN TELEVISIÓN.
- 950420: BILLARES Y SUS ACCESORIOS.
- 950430: LOS DEMAS JUGUETES ACTIVADOS CON MONEDAS O SIMILAR
- 950440: NAIPES
- 950490: LOS DEMAS
- 9505: ARTICULOS PARA FIESTAS, CARNAVAL U OTRA DIVERSIÓN, INCLUIDOS LOS DE MAGIA Y ARTICULOS SORPRESA.
 - 950510: ARTICULOS PARA FIESTAS DE NAVIDAD
 - 950590: LOS DEMAS

Exportaciones

Las exportaciones canadienses están enfocadas casi exclusivamente a los Estados Unidos y las mismas contabilizan el 90% del total (Tabla 4).

Además de Estados Unidos, Canadá exporta juguetes principalmente a países europeos como: Bélgica o Reino Unido o a otros como México o Australia.

Las exportaciones canadienses se encuentran en retroceso, a pesar del gran aumento que experimentarían en el periodo 2001-2002.

Tabla 4. Evolución exportaciones canadienses de la partida NAICS 339930 (muñecas, juguetes y juegos)

EXPORTACIONES CORRESPONDIENTE A LA PARTIDA NAICS 339930							
PAIS	2001	2002	2003	2004	Δ% 03-04	Δ% 01-04	% 04
ESTADOS UNIDOS	396.355	538.815	478.092	385.130	-18.8	-2.8	83.7
MEXICO	1.788	3.200	12.554	24.565	95.6	1273	5.3
REINO UNIDO	8.551	14.818	17.859	12.109	-32.1	41.6	2.63
BÉLGICA	7.382	15.837	15.234	12.015	-21.1	62.7	2.61
FRANCIA	4.100	6.762	5.061	3.063	-39.4	-25.2	0.78
AUSTRALIA	2.503	2.674	4.191	2.978	-28.9	18.9	0.64
ITALIA	359	540	1.630	1.891	16	426.7	0.41
ESPAÑA	657	1.262	5.859	1.709	-70.8	160.1	0.37
ALEMANIA	1.310	2.646	1.952	1.650	-15.4	25.9	0.35
HONG-KONG	1.290	1.440	794	1.592	100.5	23.4	0.34
SUBTOTAL	424.295	587.994	543.226	446.703	-17.7	5.2	97.12
OTROS	12.355	16.766	24.924	13.156	-47.2	6.4	2.88
TOTAL	436.650	604.760	568.150	459.859	-19.2	5.3	100

Fuente. Strategis Canada

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Importaciones

Los juguetes están sufriendo la misma tendencia que afecta al resto de bienes de consumo, los tigres asiáticos están desplazando al resto de países como principales suministradores. China, Taiwán, Indonesia, Tailandia,... son el origen de la mayoría de juguetes en el mercado canadiense (Tabla 5), sobre todo en lo que se refiera a juguetes eléctricos, muñecas, muñecos y piezas de modalismo. EEUU es el principal suministrador de juegos de mesa, y juguetes científicos y junto con los países asiáticos acaparan el 85% del mercado. La presencia del producto europeo experimenta un fuerte detrimento principalmente a causa de la fortaleza del euro, lo que encarece mucho la mercancía. Por lo general, sólo los productos de las grandes firmas europeas de juguetes reconocidas por su calidad son importados a Canadá.

Tabla 5. Evolución importaciones canadienses de la partida NAICS 339930 (muñecas, juguetes y juegos)

IMPORTACIONES CORRESPONDIENTES A LA PARTIDA NAICS 33993							
PAIS	2001	2002	2003	2004	Δ% 03-04	Δ% 01-04	% 04
CHINA	953.848	1138.799	1312.010	1357.968	3.5	42.36	69
EEUU	402.775	443.161	405.647	350.961	-13.48	-12.86	17.8
JAPON	353.961	311.740	168.918	73.961	-56.27	-7.9	3.7
DINAMARCA	10.530	11.964	19.210	24.803	29.11	133.8	1.26
MEXICO	67.522	100.454	38.276	19.526	-48.9	-71.08	0.99
INDONESIA	13.402	13.494	15.446	17.749	14.9	32.43	0.90
TAIWAN	17.989	19.183	18.698	16.713	-10.6	-7.09	0.84
HONG-KONG	27.759	22.172	18.489	16.253	-12.09	-41.4	0.82
SUIZA	5.191	4.761	7.027	12.896	83	148	0.65
REINO UNIDO	11.882	12.276	11.235	12.102	7.7	1.85	0.61
SUBTOTAL	1864.859	2077.904	2014.956	1902.833	-5.5	2.03	96.7
OTROS	76.518	95.401	81.848	65.107	-20.45	-14.9	3.3
TOTAL	1941.377	2173.305	2096.804	1967.940	-6.14	1.36	100

Fuente. Strategis Canada

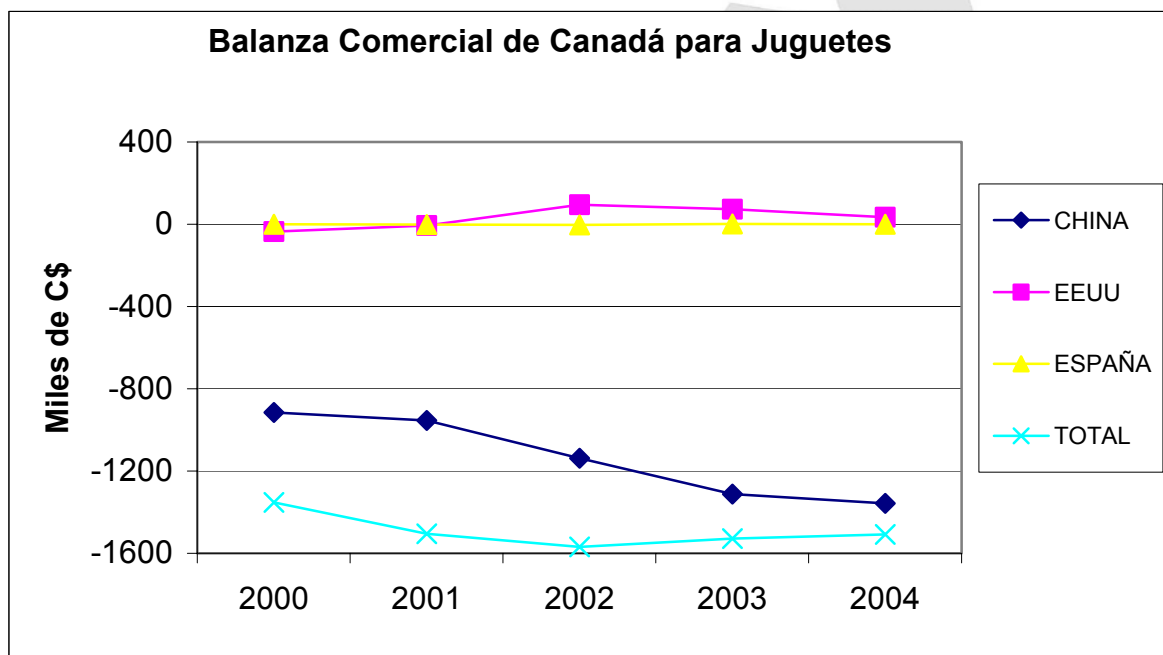
Siguiendo el mismo patrón que las exportaciones, las importaciones están disminuyendo en torno a un 4,5 % anual desde 2002. A pesar de ello, las importaciones de origen China o Indonesia han visto aumentar su valor en los últimos años, así como de algunos países europeos como Suiza o Dinamarca.

Las importaciones superan en gran medida a las exportaciones por lo que la balanza comercial tiene saldo negativo. En la Figura 1 se muestra la evolución de la balanza comercial canadiense para los

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

juguetes (Naics 339930) con el resto de países y se destacan además las balanzas con China, EEUU y España.

Figura 1. Balanza comercial canadiense para el sector juguetes. Total, con China, EEUU y España



Fuente. Strategis Canada

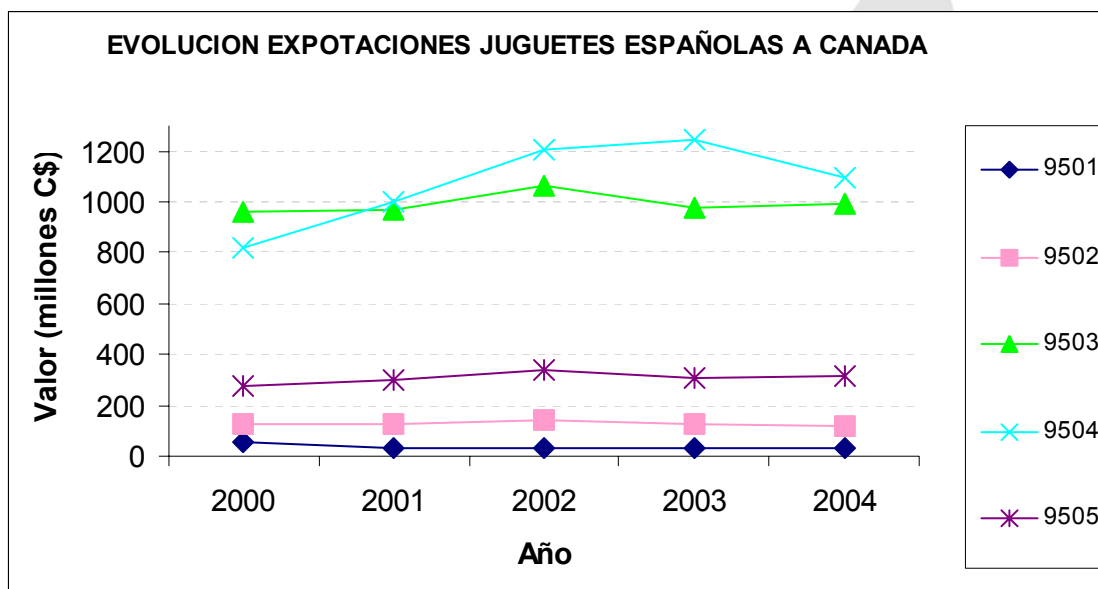
La balanza comercial del sector es claramente deficitaria, Canadá compra muchos más juguetes de los que vende, y, como puede observarse, gran parte de ese déficit es para con China. Efectivamente, este país ha visto incrementar sus ventas a Canadá de manera espectacular en los últimos años. En el lado opuesto se encuentra EEUU, país hacia el que las exportaciones e importaciones están disminuyendo en valor, resultando una balanza comercial ligeramente positiva a favor de Canadá. Con relación a España, el valor tanto importado como exportado es muy reducido con respecto al total y muy similar por lo que la balanza está equilibrada.

Comercio con España

España no es relevante en cuanto al volumen de exportaciones a Canadá. A continuación se muestra el comportamiento de las exportaciones de juguetes españolas a Canadá en los últimos años (Figura 2). En términos generales el comportamiento de las mismas ha sido decreciente salvo en algunas subpartidas como la 9503 y la 9504 que han crecido desde el año 2000.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Figura 2. Exportaciones de juguetes españoles a Canadá por partidas.



Fuente. Statistics Canada

Como se ha comentado anteriormente el mercado canadiense está dominado por las importaciones procedentes del sudeste asiático, abrumadoramente de China, y EEUU. El resto del mercado se lo reparten México y los países europeos. Es con estos últimos con los únicos que España puede competir con sus productos. El juguete chino y en general sudasiático es competitivamente muy fuerte en términos de relación calidad/precio. El americano está reconocido como de calidad sobre todo en aquellos pertenecientes a la partida 9504, todo lo que son juegos de mesa, de sociedad y científicos. A continuación se comentan las partidas y subpartidas en las que España tiene algún peso específico o existe potencial para el producto europeo en el que España podría conseguir aumentar su cuota de mercado.

9501- Juguetes de ruedas para ser montados por niños.

De los más de 33 millones de dólares canadienses importados por Canadá en el año 2004 (Tabla 6), cerca del 91% del valor fue importado desde el China, EEUU o México. Apenas 3 millones de dólares fueron importados desde Europa., el 10% de ellos de España. Sin embargo es de destacar el aumento del valor proveniente de España, cerca del doble de lo importado en 2002.

Tabla 6. Evolución exportaciones españolas de la partida 9501

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ% 04/03
0	Total	28.98	32.22	33.34	100	100	100	3.49
1	China	9.56	12.93	14.56	32.99	40.16	43.67	12.55
2	EEUU	9.87	8.93	8.04	34.09	27.74	24.11	-10.04
3	Mexico	4.8	6.86	6.62	16.57	21.31	19.87	-3.52
4	Israel	0	0.18	1.2	0	0.57	3.63	556.63

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

5	Italia	1.25	1.02	1.06	4.32	3.18	3.2	4.27
8	España	0.15	0.001	0.34	0.54	0	1.04	30220.2

Fuente. Statistics Canada

La tónica observada en esta partida se repetirá a lo largo del 95% de las mismas, es decir, aumento de las importaciones provenientes de China, en algunos casos de manera exponencial y descenso de las importaciones estadounidenses. Con respecto a las españolas, su comportamiento será, al igual que en este caso, irregular, con descensos y aumentos sin un patrón fijo. En cualquier caso, España proveyó el 1.04% de los juguetes englobados en 9501, la cuota de mercado más alta de entre todas las partidas correspondientes a juguetes si bien no el valor más elevado.

950210- Muñecas, incluso vestidas

Dentro de la partida 9502 (muñecas que representen seres humanos) Las importaciones canadienses están dominadas por China, seguida de lejos de Indonesia, Estados Unidos y Hong-Kong. El total de las exportaciones procedentes de estos cuatro países suponen el 97% de todas las importaciones canadienses de muñecas.

La subpartida 10 es la única que merece mencionarse (Tabla 7). Con respecto a la presencia española de productos de las subpartidas 91 (prendas de vestir) y la 99 (los demás), ha decrecido en los últimos años y su valor hoy día es prácticamente nulo.

Tabla 7. Evolución de las exportaciones españolas de la subpartida 950210

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	126.66	106.50	108.42	100	100	100	1.8
1	China	114.14	90.64	93.70	90.12	85.11	86.43	3.37
2	Indonesia	6.1	7.79	10.65	4.82	7.32	9.89	36.59
3	EEUU	2.75	2.28	2.25	2.17	2.15	2.08	-1.38
4	Hong-Kong	1.41	2.91	0.33	1.12	2.74	0.31	-88.61
5	Suiza	0.24	0.23	0.23	0.2	0.22	0.21	0.53
10	España	0.16	0.09	0.12	0.13	0.09	0.12	38.87

Fuente. Statistics Canada

España exportó 130.000 dólares del cerca de millón y medio exportado por Europa en esta subpartida dominada casi en su totalidad por las exportaciones chinas.

Miniland y Toyland son las empresas españolas que han exportado la mayor parte de productos en esta categoría

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

9503- los demás juguetes

Dentro de la partida 9503 se engloba un amplio abanico de productos, desde pelotas de plástico a miniaturas.

Una vez más China ocupa el primer lugar con un total de 790 millones de dólares canadienses en el año 2004 lo que supone un 80% de todas las exportaciones canadienses. Estados Unidos contabiliza el 9% de las importaciones dentro de este epígrafe y ya muy lejos se encuentran países como Hong Kong o Taiwán con porcentajes de entorno al 1.3%.

Dentro de las importaciones procedentes de Europa, destaca el caso de Alemania y Suiza que se han comportado de una manera muy positiva durante los cuatro últimos años.

De entre las subpartidas contenidas en 9503 merecen la pena resaltarse la 950320 (modelos reducidos para ensamblar), 950360 (rompecabezas) 950370 (los demás juegos presentados en surtido) y 950390 (los demás).

950320- Modelos reducidos(en escala) para ensamblar.

A grandes rasgos las importaciones de esta subpartida están estacionadas (Tabla 8). Aquí se incluyen desde caros modelos de coleccionista hasta modelos para niños obtenibles en maquinas expendedoras.

Tabla 8. Evolución de las exportaciones españolas de la subpartida 950320

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	37.43	37.36	37.23	100	100	100	-0.34
1	China	10.58	11.05	11.76	28.28	29.58	31.59	6.42
2	EEUU	12.47	10.2	10.13	33.31	27.32	27.23	-0.68
3	Taiwan	3.49	4.8	5.89	9.33	12.85	15.84	22.89
4	Japón	3.6	3.47	3.13	9.62	9.31	8.43	-9.72
5	Alemania	1.23	1.074	0.98	3.29	2.88	2.65	-8.02
13	España	0.19	0.17	0.25	0.5	0.45	0.67	47.42

Fuente. Statistics Canada

Desde el año 2000 España experimenta una tendencia de moderado crecimiento en las exportaciones a Canadá de productos englobados en esta subpartida. En el año 2004 se alcanzaron los 250.000 dólares exportados y el monto europeo ascendió a casi 6.5 millones de dólares siendo Alemania el principal proveedor de este continente.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

950360- Rompecabezas

Tabla 9. Evolución de las exportaciones españolas de la subpartida 950360

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	26.4	25.11	23.6	100	100	100	-6.01
1	China	11.75	10.17	10.63	44.52	40.52	45.06	4.52
2	EEUU	8.93	10.35	8.95	33.85	41.22	37.94	-13.48
3	Alemania	1.55	1.35	1.12	5.9	5.4	4.75	-17.23
4	Hong-Kong	0.57	0.46	0.52	2.16	1.84	2.21	12.88
5	Taiwán	1.31	0.74	0.51	4.99	2.97	2.19	-30.52
11	España	0.22	0.19	0.11	0.83	0.76	0.48	-40.3

Fuente. Statistics Canada

A pesar de la caída en las exportaciones españolas dentro de esta subpartida en 2003 y 2004 (debida fundamentalmente a la fortaleza del euro) sigue siendo una de las que más peso tiene dentro de la categoría 9503.

950370- Los demás juguetes presentados en juegos o en surtido

Tabla 10. Evolución de las exportaciones españolas de la subpartida 950370

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	113.46	101.05	111.55	100	100	100	10.39
1	China	98.33	85.27	88.91	86.67	84.39	79.71	4.27
2	EEUU	8.74	7.84	8.82	7.71	7.76	7.91	12.47
3	Hong-Kong	0.25	0.66	4.9	0.23	0.66	4.45	641.29
4	Alemania	1.067	2.78	3.16	0.94	2.76	2.83	13.47
5	Tailandia	0.37	0.53	1.55	0.33	0.53	1.39	188.75
18	España	0.002	0.07	0.08	0	0.07	0.08	21.43

Fuente. Statistics Canada

Esta es una de las pocas subpartidas donde las importaciones a nivel global han crecido. Las españolas, si bien son reducidas han experimentado un buen comportamiento en los últimos años alcanzándose en 2004 los cerca de 90.000 dólares canadienses. El total exportado desde Europa alcanza los 7.3 millones de dólares canadienses, siendo casi la mitad de ellos procedentes de Alemania.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

950390- Los demás

Tabla 11. Evolución de las exportaciones españolas de la subpartida 950390

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	468.44	428.03	420.06	100	100	100	-1.86
1	China	330.12	312.67	318.17	70.47	73.05	75.74	1.76
2	EEUU	68.55	54.39	49.40	14.64	12.71	11.76	-9.17
3	México	15.16	15.12	10.41	3.24	3.53	2.48	-31.14
4	Suiza	0.6	1.12	5.99	0.13	0.26	1.43	431.29
5	Taiwan	8.33	7.87	5.04	1.78	1.84	1.2	-36.01
16	España	3.32	1	0.77	0.71	0.94	0.18	-80.73

Fuente. Statistics Canada

Como puede observarse, en 2004 el producto español ha disminuido de manera importante, una vez más el problema es achacable a la fortaleza del euro, pues no solo ha sido el español el que ha caído sino también el alemán, el holandés y el francés. Suiza ha absorbido estas caídas con un espectacular crecimiento en sus exportaciones de este tipo de productos de calidad y mas baratos vía tipo de cambio.

Con respecto al resto de categorías, las exportaciones españolas son bastante pequeñas, en todos los casos inferiores a los 80.000 dólares canadienses, y en la mayoría de ellos con pocas perspectivas de aumentarse ya que la práctica totalidad del producto proviene de China. En algunas subpartidas (950349 y 950350) la presencia española es prácticamente nula

9504- Juegos de mesa y sociedad

Estados Unidos es el primer socio comercial dentro de la partida 9504 con una cuota del 47% de las importaciones canadienses, en segundo lugar se sitúa China con 41% y el tercero es para Japón con un 6.5%. Las aportaciones europeas son, en general, muy escasa para esta partida, el Reino Unido es el principal proveedor con un 0.8% del valor total importado en la misma.

Las exportaciones españolas varían según la subpartida. En la 10 (videojuegos), 20 (billares) y 40 (naipes) la presencia del producto español es prácticamente nula. Solamente las subpartidas 30 (juegos activados con monedas) y 90 (las demás) tiene cierto peso, aunque no deja de ser una presencia muy escasa.

950430- Los demás juegos activados con monedas o similar

Tabla 12. Evolución exportaciones españolas de la subpartida 950430

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	232.16	253.23	257.02	100	100	100	1.5
1	EEUU	195.15	227.49	238.10	84.06	89.83	92.64	4.66
2	Japón	18.32	11.23	6.46	7.89	4.44	2.52	-42.46

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

3	Taiwán	6.84	4.65	3.24	2.95	1.84	1.26	-30.42
4	China	4.03	3.32	2.2	1.74	1.31	0.86	-33.81
5	Reino unido	1.35	1.31	2.11	0.58	0.52	0.82	60.79
13	España	0.83	0.06	0.19	0.36	0.03	0.08	195.29

Fuente. Statistics Canada

Esta es una de las pocas categorías en las que la presencia del producto estadounidense aumenta en el mercado canadiense y la del producto chino decrece. España exportó mercancías por un valor de 200000 dólares canadienses en 2004, año en que las exportaciones europeas alcanzaron los 7 millones de dólares canadienses. El Reino Unido es el principal proveedor europeo de este tipo de productos, con algo más de 2 millones de dólares canadienses en 2004.

950490- Los demás

Tabla 13. Evolución exportaciones españolas de la subpartida 950490

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	156.17	155.37	211.36	100	100	100	36.04
1	China	63.82	77.29	125.00	40.87	49.74	59.14	61.74
2	EEUU	67.18	56.24	60.72	43.02	36.2	28.73	7.97
3	Reino Unido	3.56	4.52	5.25	2.28	2.91	2.49	16.27
4	Japón	8.62	3.46	4.54	5.53	2.23	2.15	30.92
5	Francia	1.4	0.97	2.16	0.9	0.63	1.02	122.53
23	España	0.36	0.18	0.14	0.23	0.12	0.07	-23.16

Fuente. Statistics Canada

A pesar de la caída en las exportaciones españolas en los dos últimos años, en 2004 el valor de las mismas alcanzó los 140000 dólares, un valor muy reducido teniendo en cuenta que competidores directos como Francia o Reino Unido alcanzan varios millones de dólares. LA cantidad total proveniente de países competencia directa es de aproximadamente 21 millones de dólares.

9505- Artículos para fiesta, carnaval u otra diversión, de magia,...

Las importaciones de artículos para fiestas en el año 2004 fueron de 312 millones de dólares canadienses con un crecimiento respecto al anterior año de un 1%.

Por países, las exportaciones chinas crecieron un 4% a lo largo del año 2004 y casi un 30 desde el año 2000. Por el contrario, Estados Unidos y Taiwán han acumulado descensos significativos en los dos últimos años, lo que permite el afianzamiento de China como primer país exportador de artículos de fiestas a Canadá.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Por países China se encuentra a la cabeza con un 85% de todas importaciones, una vez más el segundo puesto es para Estados Unidos con un 5.7% y ya muy lejos de los anteriores la tercera posición es para Taiwán, con sólo un 1.6% del total.

Tabla 14. Evolución exportaciones españolas de la partida 9505

Rango	País	2002	2003	2004	%02	%03	%04	Δ%04/03
0	Total	341.35	309.83	312.98	100	100	100	1.02
1	China	276.62	258.06	268.66	81.04	83.29	85.84	4.11
2	EEUU	23.8	20.17	17.88	6.97	6.51	5.72	-11.33
3	Taiwán	9.4	6.5	5.03	2.76	2.1	1.61	-22.57
4	India	3.34	3.29	3.21	0.98	1.07	1.03	-2.52
5	Tailandia	3.12	2.3	2.49	1.21	1.01	0.79	-21.05
27	España	0.06	0.06	0.08	0.02	0.02	0.03	35.56

Fuente. Statistics Canada

Las exportaciones españolas de esta partida han crecido moderadamente hasta algo más de 80000 dólares en 2004 reflejándose este crecimiento principalmente en la subpartida 10 (artículos para navidad). Si embargo, unos 15 millones de dólares canadienses son exportados desde países no asiáticos ni estados unidos, por tanto existe potencial de crecimiento para el producto español.

IV • FACTORES DE COMERCIALIZACION

1. DISTRIBUCIÓN

Estén varias estructuras posibles en la distribución del juguete en Canadá que son en general aplicables al resto de bienes de consumo.

Para la distribución **mayorista** existen tres grandes figuras, el importador, el agente comercial y las centrales de compras. Los dos primeros se utilizan principalmente para acceder a los negocios independientes y tiendas especializadas, mientras que las centrales de compra las utilizan las grandes distribuidoras. El agente comercial, puede actuar a nivel nacional o local, teniendo este último mayor capacidad de manejar pequeñas cantidades para las diferentes tiendas, conocer con mayor profundidad las tiendas locales,... Algunos importadores canadienses prefieren trabajar a través de distribuidores en Estados Unidos ya que en algunos casos los importadores de Estados Unidos obtienen mejores precios al comprar mayores volúmenes y ofrecen precios más competitivos que si el importador compra directamente del exportador.

La **venta al detalle** se concentra en 3 grandes categorías de minoristas

- Grandes Almacenes divisibles en
 - o No descuento (Sears, The Bay) cuyo peso en el total vendido ha disminuido con los años.
 - o Descuento (Wal-Mart y Zellers)
- Cadenas Especializadas (Toys R'Us , IKEA recientemente con su línea infantil)
- Negocios independientes

Actualmente el mercado está controlado por tres grandes cadenas de juguetes las cuales realizan más del 75% de las ventas totales. Dichas cadenas son: Wal-Mart, Zellers y Toys R Us.

La concentración de la distribución en este sector en Canadá se agudizó como consecuencia de la reestructuración del sector a lo largo de los años 90 y principalmente cuando Wal-Mart compró Woolco y en sólo dos años pasó a controlar más del 35% del mercado.

Además Wal-Mart llevó durante este tiempo una campaña agresiva de ventas basada principalmente en la reducción de precios lo que incitó a sus competidores a hacer lo mismo.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

El resultado final fue que el mercado, que hasta aquel entonces estaba fuertemente atomizado, se vio reducido a un pequeño grupo de grandes vendedores e hizo que incluso las cadenas canadienses Sears o Hudson's Bay Company, que engloba a las siguientes cadenas: The Bay y Zellers, cambiaran su estrategia comercializadora de juguetes y redujeran la gama que hasta entonces ofrecían.

Los pequeños vendedores de juguetes se vieron abocados en muchos casos a cerrar o bien a cambiar de estrategia. Actualmente los pequeños comerciantes de juguetes se han especializado en la gama de productos media-alta, centrado sus ventas en juguetes educativos u otros muy específicos (juguetes para coleccionistas, adultos, juegos de mesa) y que no se suelen encontrar en las grandes cadenas jugueteras.

También entre los negocios independientes encontramos los "convenience stores", en los que podemos encontrar juguetes de bajo precio y calidad.

En algunos casos los pequeños comerciantes se han agrupado en asociaciones y centrales de compras lo que les permite protegerse mejor de la competencia. La más destacada es: "The Neighbourhood Toy Association of Canada".

Recientemente esta aumentando de manera exponencial la distribución de juguetes por Internet, bien a nivel detallistas o a nivel consumidor final. Este tipo de venta, a pesar de ser aun marginal esta ganando peso ya que representa el sustituto actual de la venta por catalogo. Este método proporciona ciertas ventajas como el hecho de no estar limitados a nivel territorial y disminuir los costes de distribución, lo que incrementa su competitividad. Distributoys.com ofrece un catalogo "on-line" bastante completo para detallistas. Etoys o KBToys o Toys2Wish4 se dirigen al consumidor final.

El producto europeo se importa en su mayoría a través de agentes e importadores y principalmente a nivel local. El juguete francés, por ejemplo, tiene mucho más peso en Québec que en otras provincias.

Dada la gran extensión del país y el desigual reparto de la población y las ventas en el mismo es recomendable para el producto español (desconocido en este país) actuar a nivel local. Ontario y Québec aglutinan el 60% del total vendido en bienes de consumo en Canadá y las distancias son relativamente cortas entre ellos. Asimismo el carácter cosmopolita de estas dos provincias permite una mayor especialización en el tipo de productos con lo que la variedad y potencialidad para productos diferentes es mayor.

2. ARANCELES E IMPUESTOS

Los juguetes españoles están exentos de cualquier arancel por parte de las autoridades canadienses. Los únicos productos que no están exentos son los que se encuadran dentro del apartado 95.01, que sí deben pagar un arancel del 8%.

En la siguiente página Web se puede consultar los aranceles aprobados por el gobierno canadiense para el año 2005.

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2005/tablewithamendments-e.html>

Aparte de los aranceles de entrada, todos los productos que ingresan a Canadá son gravados con el GST (Good and services Tax) y que representa el impuesto sobre el valor añadido. Actualmente el

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

GST es del 7% y es pagado por el importador una vez que se tramita la declaración arancelaria. En la provincia de Québec el GST se conoce como TPS.

A mayores, existe otro impuesto el PST (Provincial Sales Tax) que grava casi todos los productos, de todas maneras este impuesto no afecta a las importaciones ya que no se paga en el momento de la importación. Sólo es importante tener en cuenta el PST a la hora de fijar precios de venta.

En Ontario el PST es del 8%, Saskatchewan es del 6%, Manitoba del 7%, British Columbia 7%, mientras que Alberta y los territorios del norte no tienen PST.

En las provincias de Nova Scotia, New Brunswick y Newfoundland el GST y el PST está armonizado con una tasa del 15%. De todas maneras cuando se realiza una exportación a esos territorios el importador no debería pagar nada más que la parte proporcional al GST, es decir el 7%.

3. ETIQUETADO, EMPAQUETADO Y CERTIFICACIÓN

Todos los juguetes embalados deben cumplir los requisitos de la “Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations” (Ley de embalaje, envase y etiquetado de bienes de consumo), así como las indicaciones de la “Hazardous Products (Toys) Regulations” (regulaciones sobre los productos (juguetes) peligrosos). Si, además, el juguete se considera como destinado a menores de 3 años, estarán entonces sometidos a normas más estrictas sobre seguridad.

EL Ministerio de Salud canadiense distribuye un documento en el que especifican los juguetes que, a su criterio, están destinados a niños de menos de tres años. Este informe puede adquirirse de manera gratuita mediante solicitud al ministerio.

En el **etiquetado** existen 3 elementos de obligada aparición:

- Identificación del producto: nombre común o genérico del producto o, en su caso, explicar su funcionamiento. Esta información debe aparecer en inglés y francés.
- Cantidad neta (cuando sea aplicable): En inglés y francés y expresado en su unidad correspondiente. Si se trata de un producto líquido, viscoso o gaseoso el contenido se expresa en unidades métricas de volumen. Si el producto es sólido la unidad utilizada es de peso.
- Identificación del proveedor: de la empresa manufacturera o distribuidora. La información proporcionada debe ser suficiente para poder realizar un envío postal. Estos datos se expresan en inglés o francés.

Para acceder al texto completo de la ley sobre etiquetado basta con pulsar sobre el siguiente enlace:

<http://lois.justice.gc.ca/en/C-38/index.html>

Además si el producto tuviera algún elemento potencialmente peligroso, como material eléctrico o bolsas de plástico, deberá cumplir las reglas descritas a tal efecto en la normativa anteriormente mencionada. Estas regulaciones clasifican también los juguetes peligrosos en dos categorías, prohibidos (no pueden importarse ni venderse) o limitados (pueden hacerlo si cumplen las normas). Los juguetes y

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

materiales que se encuentran prohibidos se enumeran en el Anexo 1, parte 1 de la ley sobre productos peligrosos. En la parte 2 del mismo anexo están los productos limitados.

Esta normativa busca la prevención de riesgos mecánicos (asfixia y laceración), inflamabilidad y toxicidad.

El siguiente enlace proporciona acceso directo al texto completo de la ley de productos peligrosos

<http://laws.justice.gc.ca/en/H-3/index.html>

La Canadian Standards Association (CSA) establece otras normas en materia de seguridad. Proporciona certificación sobre el cumplimiento de normas relativas a la electricidad y calor. Esta certificación no es obligatoria sin embargo es muy recomendable. La homologación de los productos europeos pueden obtenerse a través de la delegación de la CSA en Amherst, Holanda. Esta certificación, además de ser válida para Canadá está cualificada para los productos que tengan como destino EEUU.

El proceso y documentación requerido para las homologaciones vienen detallados en la pagina web de la asociación.

<http://www.csa-europe.org/english/>

En Canadá existe el llamado “Canadian Toy Testing Council (CTTC)” que es una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro que se dedica a la evaluación de juguetes y programas de software infantil. A pesar de no proporcionar una certificación propiamente dicha si establece una clasificación destinada a informar al consumidor. Esta clasificación está reconocida como de prestigio y es bastante influyente en el consumidor canadiense.

Entre los valores que analiza en un juguete se encuentran: diseño, funcionalidad, durabilidad y el “play value”. Una vez al año en la época prenavideña la CTTC elabora una lista de productos que ha testado donde se detalla las cualidades y defectos de los juguetes y los puntúa en un rango de uno a tres estrellas. Además están las categorías “novedad” y “no recomendable”. Dicha lista sirve de referente para los padres a la hora de comprar juguetes para sus hijos.

Aunque los juguetes no tienen que ser testados por la CTTC, en la realidad casi todo los jugueteros someten sus productos a dichos tests. Una vez que los juguetes han sido calificados como no peligrosos por la CTTC, éstos son enviados a “the Product Safety Branch of Health Canada” donde vuelven a ser analizados.

Además una vez al año concede premios a los mejores juguetes, dichos premios se conocen como: “Children’s Choice Awards”.

Finalmente existen organizaciones estadounidenses como Dr. Toy, la “National Association for Gifted Children” y la “Parents Chice Foundation” que realizan sus propias clasificaciones y otorgan sus propios sello. A pesar de estar localizadas en su país vecino, tienen influencia en el mercado canadiense.

4. TRANSPORTE Y FORMAS DE PAGO

Como elegir el transporte en Canadá es algo fundamental dadas las enorme extensión del país. Esto dependerá de la estrategia que se quiera abordar y si intentar acceder a todo el mercado o sólo a algunas provincias.

El transporte por carretera es el más importante para mercancías a nivel local, más de 175000 millones de toneladas se transportan de esta manera. Ontario y Québec disfrutan de la mayor red de carreteras de todo el país principalmente por ser las más pobladas pero también por el crecimiento comercio interfronterizo con EEUU, cada vez mas rápido y eficiente.

A nivel transprovincial, sin embargo, es el transporte ferroviario el más usado así como en la provincia de la Columbia Británica, donde el 33% de las mercancías se transportan por tren. Existen 2 compañías férreas a nivel Nacional ; *Canadian National Railway* y *Canadian Pacific Railway* que controlan el 91% del tráfico de mercancías. En la Columbia Británica, hay una compañía que actúa a nivel regional, la *Great Eastern Railway* con gran importancia en la zona.

El transporte marítimo es también importante en un país bordeado por el Océano pacifico y el Atlántico y atravesado por el Río San Lorenzo, la vía navegable más grande del mundo. Los principales puertos del país son el de Vancouver (Columbia Britanica), Montreal (Québec) y Halifax (Nueva Escocia). Cerca de 400 millones de toneladas se transportan vía marítima cada año.

El transporte aéreo de mercancías es el menos utilizado, poco más de 600000 toneladas se transportan por avión al año. Los aeropuertos más importantes son el de Toronto, el de Montreal, Vancouver y Calgary. Air Canada es la única compañía importante a nivel nacional.

EL gran problema del transporte en Canadá, además de las largas distancias es el clima tan severo en el interior en invierno. Es frecuente el que se corten carreteras y su rápido deterioro, por ello el Gobierno está invirtiendo mucho en líneas de transporte eficientes y resistentes. El río San Lorenzo se congela durante cuatro meses al año(Dic-Marzo), tiempo en el que no es navegable y el puerto de Montreal queda bloqueado.

Con respecto a las formas de pago primero hay que recordar que como siempre cada importador tiene sus métodos de pago y por tanto éstos pueden variar. La tónica general es que el pago se realice a los treinta días que es lo más común en Canadá y Estados Unidos con la posibilidad de un descuento del 2% siempre y cuando el pago se realice en un plazo menor de diez días. De todas maneras los pagos a 60 o 90 días tampoco se pueden considerar como una excepción.

Respecto al tipo de documento que se recomienda a los exportadores españoles, aun cuando Canadá no es país con un alto grado de morosidad, es que utilicen formas de pago que les asegure el cobro, tales como remesa o crédito documentario, por lo menos hasta que exista un alto grado de confianza entre ambas partes.

V • PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Hasta hace pocos años el producto procedente de China y otros países del sudeste asiático era un producto de calidad media-baja y que se vendía a bajo precio. El producto estadounidense y europeo era el producto de calidad, vendido a precios altos. Existían, por tanto, dos grupos muy diferenciados en el sector. Por supuesto, la gama media estaba compartida por ambos grupos así como por terceros países con cierto peso en algunas partidas como México o Brasil.

Hoy día, sin embargo, la situación ha cambiado. El producto del sudeste asiático ya no es de baja calidad, la deslocalización de las grandes empresas europeas, canadienses y estadounidenses a países con bajo coste de mano de obra y el aumento en la eficiencia y profesionalidad de las empresas autóctonas ha originado un aumento en la calidad del producto procedente de China, Indonesia, Malasia,... Este producto compite a niveles de calidad con el producto manufacturado en Europa y EEUU a un menor precio, por tanto, es comprensible el aumento de su demanda en Canadá (y resto de países en general).

Ya no podemos establecer una relación entre origen, calidad y precio. El consumidor va percatándose de esta nueva situación poco a poco y actúa en consecuencia valorando, ante todo, la relación calidad precio y favoreciendo al producto elaborado en China.

Si existe, en cambio, una relación entre precio y distribución. Según el tipo de establecimiento al que el consumidor acuda a comprar juguetes estará dispuesto a pagar un precio u otro, a tal efecto encontramos:

- Convenience stores; Se encuentran localizadas por todo el ámbito urbano, los juguetes que aquí encontramos son de baja calidad y bajo precio. El margen del distribuidor no es muy elevado y el del productor aun menos.
- Wal-Mart y Zellers; Suelen estar en la periferia de las ciudades. Los juguetes son de gama media-baja y precio acorde. El margen del productor es muy pequeño debido al inmenso poder de negociación que poseen estas cadenas.
- Toys R'us; El gran distribuidor de juguetes, sito en periferia de las ciudades. Dispone de toda la gama de calidades y precios. Tiene gran poder de negociación sin embargo sus precios de venta al público más elevado que en casos anteriores permiten mayores márgenes.
- Tiendas independientes; localizadas en los downtown y centros comerciales. Especializadas en cierto tipo de productos son las que venden los productos de gama media-alta por excelencia, a

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

precios normalmente elevados. Suelen realizar pedidos pequeños en los que el margen para el productor puede ser interesante.

El precio de venta al público es difícil de negociar en los casos de las grandes cadenas, salvo que la empresa productora sea fuerte. Sólo en las tiendas independientes existe algo de control por parte de una empresa no muy grande y este control es bastante limitado. Actualmente, por ejemplo, Toys R'us Canadá no pasa por un buen momento y eso se traduce en bajada de precios de venta al público.

Los márgenes comerciales varían en función del intermediario contemplado.

Si se recurre a un agente, suele cobrar entre un 5 y un 10% del valor CIF de la mercancía.

Los márgenes del detallista varían drásticamente según el tipo de producto, lo que si es apreciable es una disminución de los mismos como consecuencia de la gran concentración que existe en el mercado canadiense para la gestión de compras. El margen oscila estando en torno al 30% en juguetes de baja-media gama y hasta el 200% en piezas de coleccionista.

La formación de los precios es simple:

$\text{PRECIO DEL PRODUCTOR} + \text{MARGEN DISTRIBUIDOR(ES)} + \text{ARANCEL (Para productos de la 9501)} + \text{IMPUESTOS} = \text{PRECIO FINAL}$

Ejemplo. Un tanque para montar y pintar importado a través de agente y vendido en tienda independiente especializada en modalismo en el centro de Toronto.

Precio CIF- 8 dólares canadienses

Margen del agente 10%- 0.8 dólares canadienses

Margen del minorista 200% 16 dólares canadienses

Impuestos (GST 7% + PST 8%) 3.7 dólares canadienses

Precio de venta al público 28.5 dólares canadienses

VI. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Es necesario distinguir entre la percepción del producto español por parte del consumidor final y por parte de los importadores/distribuidores.

El consumidor final canadiense no está familiarizado con el juguete español. En general no lo está con el producto europeo salvo ciertas marcas específicas. Dentro de Europa, las marcas procedentes de Francia y el Reino Unido son de las pocas que se asocian a un origen, con algún caso aislado de Alemania y Suiza. El resto de marcas se sabe que son de procedencia europea pero se confunde el país.

Con respecto a los importadores y distribuidores el producto español tampoco es demasiado conocido, los importadores y distribuidores que han trabajado alguna vez con producto español no lo asocian a un producto de alta calidad, o, si lo hacen, saben que el consumidor final no estará interesado en el ya que no tienen renombre en el mercado. Además el euro no facilita las cosas, ya que su fortaleza actual hace que se evite la importación del producto europeo y solo se acuda al viejo continente en busca de marcas líderes de mercado (Playmobil, Crayola, Meccano...).

Para combatir este desconocimiento quizá fuera buena idea el invitar a distribuidores canadienses a España a conocer el juguete español. Un evento idóneo a tal efecto es la feria internacional del juguete que se celebra anualmente en Valencia (FEJU) y que constituye el evento más importante en el sector juguetero español.

VII. PROMOCION

1. MEDIOS

La promoción de un producto como los juguetes es determinante, sobre todo cuando se trata de productos que buscan atraer una gran masa de compradores. En estos casos la estrategia más común de promoción son los anuncios publicitarios en televisión.

Se estima que un hogar en Canadá con televisión por cable tiene acceso a más de cien canales y por tanto anunciarse es casi un requisito. Otro dato a destacar es que un 53% de los padres usan la televisión como niñera para sus hijos por lo que los niños están expuestos a un gran número de horas frente al televisor. La “Toy Testing Organization” estima que los niños ven la televisión durante una media de dos horas y media al día, sobre todo por las tardes y los fines de semana por la mañana. Es en estos segmentos de la parrilla cuando la mayoría de anuncios de juguetes tienen lugar. Además la técnica de repetir el anuncio dos y hasta tres veces en media hora es también bastante utilizada.

De todas maneras, como es obvio, este tipo de estrategia está sólo al alcance de las grandes empresas.

Otra forma efectiva de dar a conocer un producto es mediante anuncios en revistas, buenos canales de distribución. La más indicada en Canadá es la “Toys and Games magazine”. Es la publicación más importante del mundo de los juguetes en Canadá y tiene una fuerte difusión entre los distribuidores, fabricantes y vendedores.

La participación en obras sociales y benéficas relacionadas con los niños también tiene bastante importancia sobre todo en este país donde las actividades benéficas están a la orden del día y la participación en las mismas es muy valorada.

También es importante tener páginas Web ya que, como ha quedado reseñado anteriormente, Canadá es uno de los países del mundo donde más gente usa Internet.

Por último están las ferias. La feria más importante en Canadá en el mundo del juguete se suele celebrar la última semana de Enero. Su nombre es: “Canadian Toy & Hobby Fair (Trade Show)” y se celebra en el Metropolitan Toronto Convention Center de Toronto.

A la misma asiste una media de 120 exhibidores y hay una afluencia de público de alrededor de 3.000 personas. El requisito para poder tener un stand en la feria es ser miembro de la Asociación Canadiense del Juguete.

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Otra feria importante en Canadá es la llamada “ Canadian Toy & Variety Shows” que se celebra también en enero y tiene lugar en las ciudades de Toronto y Montreal. Dicha feria es organizada por la “Canadian Toy & Variety Importers Association”.

2. TENDENCIAS

Una opinión generalizada entre los distribuidores es la importancia creciente de la marca en el sector. El niño de hoy en día tiende a fijarse en la marca además de en el producto en si. Así pues, para cierto tipo de productos el importador estará dispuesto a pagar más si la marca es conocida. Este dato puede extenderse a los juguetes para niños pequeños, donde son los padres quienes dan una especial importancia a la calidad del producto, calidad que se encuentra asociada a una marca comercial.

La electrónica es algo cada vez más incorporado a todo tipo de juguetes, desde vehículos y muñecas hasta juegos de mesa. Las prestaciones que incorporan los productos actuales crecen en número y complejidad.

Algo que está actualmente a la orden del día es las técnicas cruzadas de jugotes de merchandising sobre películas, dibujos animados y televisión.

VIII. ANEXOS

1. LISTADO DE CLIENTES POTENCIALES: DISTRIBUIDORES E IMPORTADORES

Tabla 15. Listado de Distribuidores e Importadores de Juguetes a Canadá.

EMPRESA	Dirección		Ciudad	Prov.	C.P.	Teléfono	Fax	Web Site	E-mail
Alberta Importers & Distrib	4-4321 14 St NE		Calgary	AB	T2E 7A9	403-250-3088	403-291-9534		canmerch@cadvision.com
Amram's Distributing Ltd.	18 Parkshore Dr		Brampton	ON	L6T 5M1		905-789-1889	www.russberrie.com	
Atelier La Montagne	PO Box 297		Notre Dame Lourdes	MB	R0G 1M0	204-248-2154	204-248-2154		
Autruche Variétés Inc.	42 Industrial St		Toronto	ON	M4G 1Y9	416-425-0500	416-425-9688	www.autruche.ca	info@autruche.ca
B & B School Supplies	150 Britannia Rd E	Unit 7	Mississauga	ON	L4Z 2A4		905-890-7999		bb2@netsurf.net
Bo-Plastik Inc.	PO Box 98 Stn Main		Edmundston	NB	E3V 3K7	506-739-7755	506-739-1869	www.boplastik.com	boplast@nbnet.nb.ca
Brimica Corporation	5584 Tomken Rd		Mississauga	ON	L4W 1P4	905-206-9075	905-206-9077		knowlesb@idirect.com
Brio Scanditoy Inc.	980 Adelaide St S	Unit 32	London	ON	N6E 1R3	519-680-3080	519-680-3084		brio@brio.ca
Canada International Traders	6912 Invader Cres		Mississauga	ON	L5T 2B5		905-564-8369	www.canadaint.com	general@canadaint.com
Canasia Toys & Gifts Inc.	123 Newkirk Rd		Richmond Hill	ON	L4C 3G5	905-508-5808	905-508-9320	www.canasia-ctg.com	info@canasia-ctg.com
CNA Distributors Ltd.	PO Box 13367 Stn A		St. John's	NF	A1B 4B7	709-753-7965	709-753-1829		neal@nf.sympatico.ca
Colossal Toy Industries Ltd.	2795 ch Bates	bureau 206	Montréal	QC	H3S 1B5	514-738-7800	514-738-8009		
Comet Strip Enterprise Ltd.	5375 Parkwood Pl		Richmond	BC	V6V 2N1	604-278-4005	604-278-7123		comet@lynx.net
Comet Strip Enterprises	6380 Tomken Rd	Unit 4	Mississauga	ON	L5T 1Y4	905-565-8298	905-565-8299		comet.toronto@sympatico.ca
Compagnie M. Herman (1974)	1420 boul Saint-Laurent		Montréal	QC	H2X 2S7	514-843-5077	514-843-5896		
D.I.K. Distribution Kirouac In	1100 rue Bouvier	bureau 150	Québec	QC	G2K 1L9	418-627-0101	418-627-8877		
Dallytoy	614 Sandford Rd	RR 2	Uxbridge	ON	L9P 1R2				dallytoy@on.aibn.com
Diana Dolls Fashions Inc. -	336 Green Rd		Stoney Creek	ON	L8E 2B2	905-662-4281	905-662-6158	www.kooshies.com	
Distribution Daniel Coderre	1560 rue Chabanel O		Montréal	QC	H4N 1H4	514-381-1273	514-389-3009		
Donald Berman Entreprises Ltd.	2707 av Dollard		LaSalle	QC	H8N 2J8	514-595-7077	514-595-7082		dbeltd@generation.net
Donovan Distributors Ltd.	PO Box 6596 RPO Brunswick Sq		Saint John	NB	E2L 4S1	506-633-6109	506-658-0416		
Eastern Smallware Inc.	33-101 Hutchings St		Winnipeg	MB	R2X 2V4	204-694-4777	204-633-0454		
Eastern Traders Ltd.	155-2851 Simpson Rd		Richmond	BC	V6X 2R2	604-273-5772	604-872-1658		
EDL Products Canada Inc.	1240 Reid St		Richmond Hill	ON	L4B 1C4	905-731-3637	905-731-4974	www.edl.ca	sales@edl.ca
Edufun Inc.	52 Carrier Dr	Unit 11	Etobicoke	ON	M9W 5S5	416-674-6780	416-674-6177		
Encore Sales Ltd.	333 North Rivermede Rd		Concord	ON	L4K 3N7	905-738-8888	905-738-5435		
Exclusive Candy & Novelty	3090 Lenworth Dr		Mississauga	ON	L4X 2G1	905-238-8788	905-238-9857		

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Funworks Toy & Gift Inc.	1927 Hastings St E		Vancouver	BC	V5L 1T5	604-215-4386	604-215-7334	www.funworks.com
Games Workshop	1645 Bonhill Rd	Unit 11	Mississauga	ON	L5T 1R3		905-795-2961	www.games-workshop.com
Ganesh Impex Inc.	5050 Dufferin St	Unit 130	North York	ON	M3H 5T5		416-661-7444	ganeshimpex@hotmail.com
Glazers Inc.	8800 boul Henri-Bourassa O		Saint-Laurent	QC	H4S 1P4	514-335-1500	514-335-1685	www.glazersinc.com
Great West Wholesale Ltd.	1670 Pandora St		Vancouver	BC	V5L 1L6	604-255-9588	604-255-9589	
Guédines en Folie Enr.	2392A 69e Av		Ste-Lucie-Doncastr	QC	J0T 2J0	819-326-2352	819-326-6877	
Imperial Toy Canada Ltd.	1740 Argentia Rd		Mississauga	ON	L5N 3K3	905-826-7681	905-826-5994	www.imperialtoy.com cansales@imptoy.com
Irwin Toy Ltd.	43 Hanna Ave		Toronto	ON	M6K 1X6	416-533-3521	416-533-0715	www.irwintoy.com irwin@inforamp.net
J.G. Whyte & Son Ltd.	15 Capella Crt	Unit 124	Nepean	ON	K2E 7X1	613-723-8084	613-723-8084	www.jgwhyte.com sales@jgwhyte.com
Jouets Grand Ltée	1710 rte Trans-Canada		Dorval	QC	H9P 1H7	514-685-2180	514-685-2825	www.grand.com
K & M Toys Canada Co.	370 Britannia Rd E	Unit 4	Mississauga	ON	L4Z 1X9	905-712-4308	905-712-4306	kmtoyscanada@on.aibn.com
Les Importations Sylmaran Inc.	4 av Lakeside		Pointe-Claire	QC	H9S 5G2	514-697-5216	514-697-4188	info@sylmaran.com
Martin Brower of Canada Co.	656 Babin St		Dieppe	NB	E1A 5M1	506-857-9126	506-857-0950	
Maytronics Inc.	2820 rue Duchesne		Saint-Laurent	QC	H4R 1J4	514-333-9151	514-333-4583	
Menno Industries	PO Box 308		Waldheim	SK	S0K 4R0	306-945-2259	306-945-4746	
Merangue International Ltd.	47 Rainside Rd		Don Mills	ON	M3A 1B2	416-391-5034	416-391-2234	
Mysterious Art Inc.	CP 793 succ Place-d'Armes		Montréal	QC	H2Y 3J2	514-369-0209	514-369-7732	www.mysteriousart.com mystart@mysteriousart.com
P. K. Douglass Inc.	1033 Jayson Crt		Mississauga	ON	L4W 2P4	905-624-3300	905-624-3304	www.pkdouglass.com pkd@pkdouglass.com
P.K. Douglass Inc.	342 rue Isabey		Saint-Laurent	QC	H4T 1W1	514-341-1173	514-341-1933	pkmtl@sprint.ca
Parkdale Novelty Co. Ltd.	95 Tycos Dr		Toronto	ON	M6B 1W3	416-789-2687	416-789-0497	www.parkdalenovelty.com
Party Pigs	3258 Hawthorne Rd		Ottawa	ON	K1G 3W9	613-739-8854	613-739-1481	www.partypigs.com partypigs@partypigs.com
Playwell Enterprises Ltd.	921 Progress Ave	Unit 19	Scarborough	ON	M1G 3V4	416-439-0044	416-439-4656	
Produits Scéniques A.Beaudoin	2000 rue Notre-Dame E		Montréal	QC	H2K 2N3	514-524-4338	514-524-4128	
Promotion C D Inc.	550 rue Saint-Jean		Longueuil	QC	J4H 2Y4	450-646-1141	450-679-7461	
Puffy Lane Ltd.	952 Binscarth Dr		Mississauga	ON	L5V 1M9	905-502-5850	905-502-5918	puffy@aicompro.com
Red Coast Imports Inc.	602 av Meloche		Dorval	QC	H9P 2P4	514-636-0340	514-636-3677	
Souvenirs Indiens & Canadiens	250 rte Marie-Victorin		Yamaska-Ouest	QC	J0G 1W0	450-789-2128	450-789-3454	www.enter-net.com/bullet/sic soundcan@qc.aira.com
Splash International Marketing	30 East Wilmot St		Richmond Hill	ON	L4B 1A4		905-886-4522	info@splash.on.ca
Star Wholesale Distributors	17761 66 Ave		Surrey	BC	V3S 7X1	604-574-1316	604-574-1317	
Telecommander Corp. Ltd.	825 Denison St	Unit 21	Markham	ON	L3R 5E4		905-475-7594	www.telecommander.com teamsales@telecommander.com
The Dragonfly Toy Company Inc.	291 Yale Ave		Winnipeg	MB	R3M 0L4	204-453-2222	204-453-2320	www.dragonflytoys.com service@dftoys.com
Touch The Sky Inc.	71 Judson St		Etobicoke	ON	M8Z 1A4	416-252-3200	416-252-7592	www.touchtheskyinc.com
Trends Int'l Corp.	3345 Laird Rd	Unit 2	Mississauga	ON	L5L 5R6	905-569-8500	905-569-8507	www.trendsinternational.com info@trendsinternational.com
W.C. Smith Whlsale Distrib	PO Box 250		Clifford	ON	N0G 1M0	519-327-8091	519-327-8071	
West Central Industries Inc.	PO Box 1626		Kindersley	SK	S0L 1S0	306-463-2727	306-463-6715	
West Port Corporation	6660 Kennedy Rd	Unit 10	Mississauga	ON	L5T 2M9	905-670-1654	905-670-1654	
Wrebbit Inc.	400 rue Stinson		Saint-Laurent	QC	H4N 2E9	514-744-8444	514-744-8202	www.wrebbit.com
Zibbers Inc.	620 Supertest Rd	Unit 13-14	Toronto	ON	M3J 2M8		416-787-3021	zibbers@on.aibn.com

Fuente. Scotts National Industrial Select

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

2. LISTADO DE PRINCIPALES FABRICANTES DE JUGUETES

Tabla 16. Listado de principales fabricantes de juguetes canadienses (facturan mas de 1 millon C\$)

Compañía	Dirección	Ciudad	Prov.	Codiqo	Tel	Fax	Web	E-mail
10 Ball Inc.	11925-11927 95A Ave	Delta	BC	V4C 3W1	604-589-6278	604-589-6218	www.10ball.com	service@10ball.com
A.D. Bingo	7839 rue du Havre	Bas-Caraquet	NB	E1W 5W9	506-727-0094	506-727-2966		
Agro Trend Mfg. - Div. Of	PO Box 86 Stn Main	Listowel	ON	N4W 3H2	519-327-8005	519-327-8750		
Air Molded Plastics - Div. Of	180 Newkirk Rd	Richmond Hill	ON	L4C 3G7	905-737-7993	905-737-7120	www.airmolded.com	email@airmolded.com
Alc Manufacturing Inc.	81 Akron Rd	Etobicoke	ON	M8W 1T3	416-251-6234	416-251-9617		
Alex Wilson Coldstream Ltd.	PO Box 3009	Dryden	ON	P8N 2Y9	807-223-2381	807-223-2907	www.awcoldstream.com	awcl@awcoldstream.com
Ansen Corporation	100 Schneider Rd	Kanata	ON	K2K 1Y2	613-599-6277	613-599-6146	www.ansencorp.com	
Arrow Games Inc.	37 Woodyatt Dr	Brantford	ON	N3R 7K3	519-770-4621	519-770-4731	www.arrowinternational.com	
Bazaar & Novelty	301 Louth St	St Catharines	ON	L2S 3V6	905-687-1700	905-984-6377	www.bingoking.com	info@bkentertainment.com
Bears & Bedtime Mfg.(1994) Inc	4812 50 Ave	Stony Plain	AB	T7Z 1S8	800-461-2327	780-963-2134	www.bearsandbedtime.com	teddies@bearsandbedtime.co
Best Made Toys Limited	120 Saint Regis Cres N	North York	ON	M3J 1Z3	416-630-6665	416-630-8597		
Brocklin Enterprises Inc.	RR 3	Middleton	NS	B0S 1P0	902-825-4218	902-825-4209		brocklin@ns.sympatico.ca
Can-Am Go-Karts Inc.	401 Frankcom St	Ajax	ON	L1S 1R4	905-683-9700	905-683-9828	www.canamgokarts.com	contactus@canamgokarts.com
Canadian Hobbycraft Limited	140 Applewood Cres	Concord	ON	L4K 4E2	905-738-6556	905-738-6329	www.hobbycraft.com	
CÉDAP Lac St-Jean Inc.	855 av Tanguay N	Alma	QC	G8B 5Y2	418-668-7925	418-668-7927		
Colonial Times Clock Co. Ltd.	564 Weber St N	Waterloo	ON	N2L 5C6	519-884-2511	519-884-2512	www.colonialtimes.com	info@colonialtimes.com
Darmos Enterprise Int'l Ltd.	PO Box 14	Clementsport	NS	B0S 1E0	902-638-8616	902-638-8818	www.foamworx.com	
Darmos Toys Ltd.	2000 Barrington St	Halifax	NS	B3J 3K1	902-496-9540	902-496-9548	www.darmostoy.com	
DC Studios	410 rue Saint-Nicolas	Montréal	QC	H2Y 2P5	514-849-2555	514-849-2284		
Décal Laval Limitée	3155 rue Peugeot	Laval	QC	H7L 5C4	450-687-4321	450-687-0877		info@bigraphix.com
Deco Stained Glass Limited	2550 McDougall St	Windsor	ON	N8X 3P1	519-967-0086	519-967-0083	www.decostainedglass.com	info@decostainedglass.com
DOM Enterprises Mfg. Ltd. -	957 Roselawn Ave	Toronto	ON	M6B 1B6	416-781-2338	416-781-4264	www.domsports.com	custservice@domsports.com
Educo International Inc.	123 Cree Rd	Sherwood Park	AB	T8A 3X9	780-467-9772	780-467-4014	www.educo.com	mazes@educocom
Electronic Bingo Systems	21 Cuddy Blvd	London	ON	N5V 3Y3	519-451-1010	519-455-1634		
Elfe Juvenile Products	4580 rue Hickmore	Saint-Laurent	QC	H4T 1K2	514-344-3533	514-344-9296		
Équipement Doyon Inc.	1255 rue Principale	Saint-Côme	QC	G0M 1J0	418-685-3431	418-685-3948	www.doyon.qc.ca	doyon@doyon.qc.ca
Family Games Inc.	CP 97 succ Snowdon	Montréal	QC	H3X 3T3	514-485-1834	514-485-2944	www.familygamesamerica.com	info@familygamesamerica.co
Family Pastimes Limited	RR 4 Stn Main	Perth	ON	K7H 3C6	613-267-4819	613-264-0696	www.familypastimes.com	info@familypastimes.com
Famo Plastics - Div. Of Famo	1210 Mid-Way Blvd	Mississauga	ON	L5T 2B8	905-795-2828	905-795-2833	www.famointernational.com	info@famointernational.com
Four Four Four Ltd.	855 Rangeview Rd	Mississauga	ON	L5E 1H1	905-271-6644	905-271-8964	www.payperbox.com	sales@payperbox.com
Fox 40 International Inc.	20 Warrington St	Hamilton	ON	L8E 3V1	905-561-4040	905-578-5646	www.fox40whistle.com	foxinfo@fox40whistle.com
Ganz	1 Pearce Rd	Woodbridge	ON	L4L 3T2	905-851-6661	905-851-6669	www.ganz.com	headoffice@ganz.com
Gayla Canada Inc.	660 Hardwick Rd	Bolton	ON	L7E 5R5	905-857-5207	905-857-5223	www.gaylainc.com	
H.A. Kidd & Co. Ltd. -	PO Box 459	Grand Valley	ON	L0N 1G0	519-928-5500	519-928-2588		
Hilroy Mead Co.	250 Bowie Ave	Toronto	ON	M6E 2R9	416-782-4411	416-782-5323	www.meadwestvaco.com	
Ideal Graphics Inc.	504 Iroquois Shore Rd	Oakville	ON	L6H 3K4	905-339-3436	905-339-1317	www.idealgraphicsinc.com	
Imprimerie Régionale ARL Ltée	520 rte 131	Joliette	QC	J6E 7Y8	450-759-2452	450-759-5505		info@imprimerieregionale.com
Indien Art Eskimo Inc.	CP 372	Saint-Tite	QC	G0X 3H0	418-365-6380	418-365-3378	www.indienarteskimo.qc.ca	arindien@globetrotter.net
Industries Okaply Ltée	1372 ch Oka	Oka	QC	J0N 1E0	450-622-3344	450-622-3409	www.okaply.com	
Interior Crafts	333 Tranquille Rd	Kamloops	BC	V2B 3G4	250-376-2052	250-376-2278		
J.B. Poitras Inc.	187 ch la Martine E	Saint-Eugène	QC	G0R 1X0	418-247-5301	418-247-7605		jbpoitras@globetrotter.net
Jouets B6-Jeux Toys Inc.	7760 rue Grenache	Anjou	QC	H1J 1C3	514-355-4444	514-354-9972	www.jouetsbjtoys.com	info@jouetsbjtoys.com

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Jouets Kido Inc.	CP 7 succ Bureau-Chef	Louiseville	QC	J5V 2L6	819-228-5583	819-228-2809		jouets@kido.ca
Keebee Play Inc.	611 Manitou Rd SE	Calgary	AB	T2G 4C2	403-240-0404	403-240-3651	www.keebbee.com	info@keebbee.com
Kushies Baby	555 Barton St	Stoney Creek	ON	L8E 5S1	905-643-9118	905-643-2102	www.kushies.com	
La Compagnie Normand Ltée	CP 608	Saint-Pascal	QC	G0L 3Y0	418-492-2712	418-492-9363	www.cienormand.com	normand@cienormand.com
Lefko Produits De Plastique	1700 boul Industriel	Magog	QC	J1X 4V9	819-843-9237	819-843-6885	www.lefko.qc.ca	
Les Bateaux Leclerc Inc.	307 av de Gaspé O	St-Jean-Port-Joli	QC	G0R 3G0	418-598-3273	418-598-9936	www.bateaux-leclerc.qc.ca	bateau@globetrotter.net
Les Industries Dorel Inc.	1255 av Greene	Westmount	QC	H3Z 2A4	514-934-3034	514-934-9379	www.dorel.com	
Les Industries Dorel Inc.	12345 boul Albert-Hudon	Montréal-Nord	QC	H1G 3L1	514-323-5701	514-323-2030	www.dorel.com	
Loger Toys Ltd.	PO Box 158 Stn Main	Brantford	ON	N3T 5M8	519-758-1411	519-756-5400		
Markwise Plastics Inc.	273 Bradwick Dr	Concord	ON	L4K 1K5	905-738-9330	905-738-9132		mpi@jpoline.com
Mega Bloks Inc.	4505 rue Hickmore	Saint-Laurent	QC	H4T 1K4	514-333-5555	514-333-8484	www.megabloks.com	
Model Builders Supply	40 Englehard Dr	Aurora	ON	L4G 6X6	905-841-8392	905-841-8399	www.modelbuilderssupply.com	service@modelbuilderssupply.
Movingpeople.net Inc.	500 Norfinch Dr	Downsview	ON	M3N 1Y4	416-739-8333	416-739-6622	www.movingpeople.net	
Multiworks Vocational Training	709 Sergent Ave E	Meadow Lake	SK	S9X 1H9	306-236-3200	306-236-3335		mwexcedir@sasktel.net
Northbound Leather Ltd.	7 Saint Nicholas St	Toronto	ON	M4Y 1W5	416-972-1037	416-975-1337		leather@northbound.com
Northern Games Co. Ltd.	9360 49 St NW	Edmonton	AB	T6B 2L7	780-465-6063	780-466-1845	www.northerngames.com	ngc@planet.eon.net
Northern Gifts Ltd.	300-4585 Canada Way	Burnaby	BC	V5G 4L6	800-665-0808	604-299-0808	www.northerngifts.com	info@northerngifts.com
Nova Leather Ltd.	PO Box 759	Stellarton	NS	B0K 1S0	902-752-8000	902-752-0758	www.novaleather.com	
Palason Billiard Inc.	2363 43e Av	Lachine	QC	H8T 2K1	514-631-1069	514-631-4891	www.palason.ca	palason@sprint.ca
Parkdale Novelty Co. Ltd.	95 Tycos Dr	Toronto	ON	M6B 1W3	416-789-2687	416-789-0497	www.parkdalenovelty.com	
Pentel Stationery Of Canada	1745 Bonhill Rd	Mississauga	ON	L5T 1C1	905-564-0126	905-564-1577		
Pétromont Inc. S.E.C.	2931 boul Marie-Victorin	Varenes	QC	J3X 1P7	514-640-6400	514-650-8658	www.petromont.qc.ca	beauchampj@petromont.com
Pétromont Inc. S.E.C.	CP 700 succ Pt-aux-Trembles	Montréal	QC	H1B 5K8	514-640-6400	514-645-8149	www.petromont.com	
PGI Printers Inc.	734 1st Ave N	Saskatoon	SK	S7K 1Y1	306-244-2521	306-244-4151	www.pgiprinters.com	info@pgiprinters.com
Plasti World Products Ltd.	197 boul Brunswick	Pointe-Claire	QC	H9R 4Z1	514-344-7860	514-695-5559	www.plasti-world.com	info@plasti-world.com
Plastipro Canada Ltée	6855 boul Couture	Saint-Léonard	QC	H1P 3M6	514-321-9840	514-321-2287	www.plastipro.com	infopro@plastipro.com
Plastiques Mirola Ltée	CP 340 succ Bureau-Chef	Plessisville	QC	G6L 2Y8	819-362-7851	819-362-8090		
Prestige Trading & Mfg. Inc.	945 Wilson Ave	North York	ON	M3K 1E8	416-638-5556	416-638-7079		prestige@cosmiccomputers.co
Promount Services	385 Carlingview Dr	Etobicoke	ON	M9W 5G8	416-213-0811	416-213-0813		promount@spectranet.ca
Puzzle Master Incorporated	A-832 Cynthia St	Saskatoon	SK	S7L 5Z7	306-343-5612	306-244-7031	www.puzzlemaster.ca	info@puz.ca
Quality Tyme Products	150 Milner Ave	Scarborough	ON	M1S 3R3	416-754-8963	416-754-4918	www.qualitytymeproducts.ca	sales@qualitytymeproducts.ca
Ranger Wheelchairs Ltd.	16-14722 64 Ave	Surrey	BC	V3S 1X7	604-590-4333	604-590-4337		
Reeves & Poole Group Inc.	54 Lepage Crt	North York	ON	M3J 1Z9	416-630-5213	416-630-7592		info@rp-funstuff.com
Reliable Toy Corp.	1655 Dupont St	Toronto	ON	M6P 3T1	416-762-1111	416-762-0889	www.reliabletoy.com	info@reliabletoy.com
Rotary Air Force Marketing	PO Box 1236	Kindersley	SK	S0L 1S0	306-463-6030	306-463-6032	www.raf2000.com	info@raf2000.com
Sandtastik Inc.	80 Federal Rd	Welland	ON	L3B 3P2	905-734-7340	905-734-7733	www.sandtastik.com	info@sandtastik.com
Seven Star Sports	PO Box 60537	Hamilton	ON	L9C 7N7	905-574-9270	905-574-7082	www.sevenstarsports.com	info@sevenstarsports.com
SI Manufacturing	125 Mary St	Aurora	ON	L4G 1G3	905-841-1440	905-841-6734	www.si-manufacturing.com	speedu@attglobal.net
SMB Mfg. Inc.	PO Box 23	Wallenstein	ON	N0B 2S0	519-669-1537	519-669-1022	www.smbmfg.com	info@smbmfg.com
Spielo Manufacturing	40 rte de l'Aéroport	Ste-Anne-des-	QC	G4V 2X4	418-763-5389	418-763-3666	www.spielo.com	
Spin Master Ltd.	450 Front St W	Toronto	ON	M5V 1B6	416-364-6002	416-364-8005	www.spinmaster.com	toys@spinmaster.com
Stock Wooden Toys Ltd.	PO Box 75	Williamsford	ON	N0H 2V0	519-794-2768	519-794-3647	www.stockwoodentoys.com	
Stuffed Animal House Ltd.	27487 55 Ave	Langley	BC	V4W 3Y1	604-857-0086	604-857-5036	www.stuffedanimalhouse.com	info@stuffedanimalhouse.com
The Effects Group Inc.	121 Judge Rd	Etobicoke	ON	M8Z 5B8	416-231-0200	416-231-0663	www.theeffectsgroup.com	theeffectsgroup@rogers.com
The Nut Man Co. Inc.	4112 8 St SE	Calgary	AB	T2G 3A7	877-909-1983	403-243-3142	www.nutman.ca	nutmanco@telusplanet.net
The Orb Factory Ltd.	225 Herring Cove Rd	Halifax	NS	B3P 1L3	902-477-9570	902-477-7273	www.orbfactory.com	sales@orbfactory.com

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

The Toy Factory	RR 2	Hunter River	PE	C0A 1N0	902-964-2299	902-964-2299	
Thinkway Toys - Div. Of	8885 Woodbine Ave	Markham	ON	L3R 5G1	905-470-8883	905-470-8308	www.thinkwaytoys.com
Torpédo Sports Inc.	11060 boul Parkway	Anjou	QC	H1J 1R6	514-528-7787	514-528-4940	torpedo@torpedo-sports.com
Tractel Ltd. - Swingstage	1615 Warden Ave	Scarborough	ON	M1R 2T3	416-298-8822	416-298-1053	www.tractel.com
Universal Bindery (Manitoba)	1415 Spruce St	Winnipeg	MB	R3E 2V8	800-665-1405	204-783-4188	www.universalbindery.com info@universalbindery.com
Vivid Group/Jestertek	317 Adelaide St W	Toronto	ON	M5V 1P9	416-340-9290	416-348-9809	www.vividgroup.com info@vividgroup.com
Wrebbit Inc.	400 rue Stinson	Saint-Laurent	QC	H4N 2E9	514-744-8444	514-744-8202	www.wrebbit.com

Fuente. Scott's National Industrial Select

3. DIRECCIONES DE INTERÉS

Asociaciones e institutos:

Canadian Toy Testing Council (CTTC):

<http://www.toy-testing.org/>

National Association for Gifted Children (NAGC):

<http://www.nagc.org/>

Dr. Toy:

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

The Neighbourhood toy association of Canada:

<http://www.neighbourhoodtoystores.ca>

Parent Choice Foundation:

<http://www.parents-choice.org>

Toydirectory. Buena página Web para buscar productos, fabricantes o distribuidores.

www.toydirectory.com

Revistas:

Toys and Games magazine. Es la publicación más importante del mundo de los juguetes en Canadá y tiene una fuerte difusión entre los distribuidores, fabricantes y vendedores.

<http://www.toysandgamesmag.com/index.html>

Ferias:

Canadian Toy & Hobby Fair (Trade Show). Toronto

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

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

Canadian Toy & Variety Shows. Toronto y Montreal:

Canadian Toy & Variety Importers Association
6878 Yonge St, P.O. Box 37005-37007
North York, Ontario M2M 4J0
Tf. 416-266-1691
Fax: 416.226.1606

Leyes y páginas gubernamentales:

Regulación sobre riesgos que tienen que cumplir los juguetes:

<http://laws.justice.gc.ca/en/H-3/index.html>

Ley sobre etiquetado y empaquetado:

<http://strategis.ic.gc.ca/SSG/ct01252e.html>

Ley sobre etiquetado y embalaje:

<http://lois.justice.gc.ca/en/C-38/index.html>

Health Canada- Ministerio de Sanidad, donde se puede encontrar notas sobre juguetes y el uso de plomo o PVC, también incluye listas de productos retirados de las tiendas y causas.

<http://www.hc-sc.gc.ca/>

Página de las aduanas canadienses- aranceles para juguetes año 2005:

<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2005/tablewithamendments-e.html>

Office de la Langue Française (consultas sobre etiquetas y empaquetado en Québec) :

<http://www.olf.gouv.qc.ca/>

Ministerio de Salud Canadiense. Aquí es posible solicitar el documento donde se encuentra la clasificación de juguetes por edades.

Direction Generale de Protection de la Santé
Indice de l'adresse 3504D, 4^e étage, Edifice McDonald
123 Rue Slater, Ottawa, Canada
K1A0K9

Canadian Standards Association (web europea)

<http://www.csa-europe.org/english/>

IX. FUENTES

STRATEGIS CANADA (<http://strategis.ic.gc.ca/>)

En esta página se puede encontrar toda la información pertinente a la producción local, visión general de las empresas manufactureras en general y por provincias. Los datos están asociados a la categorización de sectores industriales para industrias (Códigos Naics). Asimismo Strategis proporciona las leyes y sus interpretaciones aplicables para etiquetaje, embalaje, seguridad,... para cada tipo de producto.

STATISTICS CANADA (<http://www.statcan.ca/>)

Aquí el gobierno canadiense ofrece estadísticas de importación, exportación y manufactura. La información se puede suministrar clasificando por códigos NAICS o códigos HS.

SCOTT'S NATIONAL INDUSTRIAL SELECT

Base de datos disponible en la OFECOME en la que se encuentran actualizados la gran mayoría de las empresas del país.

CANADIAN TOY TESTING COUNCIL (<http://www.toy-testing.org/>)

Este organismo publica periódicamente estudios sobre las tendencias en el sector de juguetes, en la publicidad,...

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL (www.icex.es)

Proporciona estadísticas españolas sobre exportación e importación del sector en base a codificación tarif. Estudio país y ficha país con importantes datos generales sobre Canadá.

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR FRANCES (www.dree.org)

Proporciona información detallada sobre las leyes especiales de la provincia de Québec

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR ITALIANO (<http://www.ice.gov.it/>)

Publica un informe muy detallado sobre la Gran Distribución en Canadá.

CIA WORLD FACTBOOK (<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/>)

Información a nivel macroeconómica y política muy reciente y concisa

EL MERCADO DEL JUGUETE EN CANADA

CAMARAS-ADUANAS ESPAÑOLAS (<http://aduanas.camaras.org/>)

La base de datos de aduanas proporciona estadísticas actualizadas e información sobre empresas importadoras y exportadoras de cierto tipo de productos.