

ARTICULOS DE CUERO



- *Industria del calzado: Botas de seguridad*
- *Industria de maletas, maletines Bolsos de Mano*
- *Prendas*
- *Accesorios y otros productos de marroquinería*

Proexport Colombia
y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática

www.proexport.gov.co

www.proexport.com.co

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

Tel: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

Tel: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

Equipo Consultor

Consultora Senior: Elizabeth Giraldo (egiraldo@durant-intl.com)

Consultores Junior:

Patricia Gajardo

Mónica Guevara

Catalina Yañez

1200 Georgia W. suite 2606

Zip code: V6E4R2, Vancouver, BC, Canada

Tel: 604 639 7634

Vancouver, Canadá

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACION AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado Canadá –Artículos de cuero. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 198 páginas.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>1</u>
DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	4
CONCLUSIONES	5
<u>1 INTRODUCCIÓN</u>	<u>6</u>
<u>2 INFORMACION GENERAL.....</u>	<u>7</u>
2.1. COBERTURA DEL REPORTE.....	7
<u>3 COMPOSICIÓN Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO.....</u>	<u>10</u>
3.1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	10
3.1.1. INDUSTRIA DE MANUFACTURA DE ARTÍCULOS DE CUERO EN CANADÁ.....	10
3.1.2. BALANZA COMERCIAL SECTOR DE ARTÍCULOS DE CUERO.....	18
3.1.3. CONSUMO APARENTE	30
3.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.....	33
3.3. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	37
3.3.1. PERFIL DEL COMPRADOR	37
3.3.2. PERIODOS DE COMPRA.....	41
<u>4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....</u>	<u>43</u>
4.1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMPETENCIA	43
4.2. PRODUCTOS EXISTENTES EN EL MERCADO.....	46
4.2.1. BOTAS DE SEGURIDAD	47
4.2.2. MALETAS Y MALETINES.....	50
4.2.3. ROPA DE CUERO.....	54
4.2.4. ARTICULOS DE CUERO.....	61
4.3. PRECIOS DE VENTA DE LA COMPETENCIA	63
4.4. ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA COMPETENCIA	75
<u>5 CANALES DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION</u>	<u>77</u>
5.1. PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	77
5.1.1. MANUFACTUREROS LOCALES.....	80

5.1.2.	REPRESENTANTES Y AGENTES	81
5.1.3.	MAYORISTAS E IMPORTADORES	81
5.1.4.	TIENDAS AL DETAL:	81
5.1.4.1.	ALMACENES DE CADENA O POR DEPARTAMENTO	85
5.1.4.2.	TIENDAS ESPECIALIZADAS	98
5.1.4.3.	PEQUEÑOS DETALLISTAS Y TIENDAS DE VESTUARIO	101
5.1.4.4.	FUERZAS ARMADAS- GOBIERNO DE CANADA	106
5.2.	POTENCIALES IMPORTADORES	108
5.2.1.	PRODUCTOS DE MARROQUINERÍA	108
5.2.2.	PRODUCTOS DE CUERO.....	110

6 ACCESO AL MERCADO.....116

6.1.	SISTEMA ARANCELARIO CANADIENSE.....	116
6.1.1.	CONSIDERACIONES GENERALES EN CUANTO A LOS ARANCELES Y CUOTAS EXISTENTES PARA LA INDUSTRIA DEL VESTUARIO.....	120
6.1.2.	CONCESIONES A PAÍSES MENOS DESARROLLADOS ("LEAST DEVELOPED COUNTRIES").....	122
6.1.3.	SITUACIÓN PARTICULAR DE LOS ESTADOS UNIDOS.....	123
6.2.	REQUISITOS DE ENTRADA REGLAMENTACIÓN.....	123
6.2.1.	ASPECTOS NO ARANCELARIOS	124
6.2.2.	TALLAS	125
6.3.	ETIQUETAS.....	127
6.3.1.	INFORMACIÓN QUE DEBE CONTENER LA ETIQUETA.....	127
6.3.2.	REQUERIMIENTOS BILINGÜES.....	128
6.3.3.	FORMA Y APLICACIÓN DE LAS ETIQUETAS	129
6.3.4.	INFORMACIÓN NO REQUERIDA.....	130
6.3.5.	PUBLICIDAD	130
6.3.6.	ÍTEMS IMPORTADOS	130
6.3.7.	ESTÁNDARES DE FLAMABILIDAD	131

7 DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL.....132

7.1.	ASPECTOS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN CANADÁ	132
7.1.1.	INFRAESTRUCTURA PARA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL PAÍS.	132
7.1.2.	MODALIDADES DE TRANSPORTE	135
7.1.3.	TARIFAS.....	146
7.1.4.	TIEMPOS DE TRÁNSITO APROXIMADOS PARA DIFERENTES PUERTOS ENTRE COLOMBIA, CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS	148
7.1.5.	DOCUMENTACIÓN DE IMPORTACIÓN	149
7.1.6.	REQUISITOS PARA IMPORTAR MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL	153
7.2.	ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA ARTÍCULOS CUERO	155
7.2.1.	CONTACTOS PARA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	157
7.3.	RECOMENDACIONES GENERALES AL EXPORTADOR COLOMBIANO	161
7.4.	GENERALIDADES DEL PROCESO DE INTERNACION DE MERCANCÍAS A CANADÁ.....	162

8 RECOMENDACIONES AL EXPORTADOR.....165

8.1.	POTENCIALES OPORTUNIDADES	168
9	<u>ANEXOS.....</u>	<u>171</u>

TABLAS

<i>Tabla 1. Segmentación del sector por partida arancelaria HS</i>	8
<i>Tabla 2. Segmentación de la industria. Según Clasificación NAICS</i>	9
<i>Tabla 3. Producción industria manufacturera Canadiense de cueros</i>	11
<i>Tabla 4. Número de establecimientos principales otros artículos de cuero.</i>	12
<i>Tabla 5. Número de establecimientos por provincia otros artículos de cuero -2003</i>	13
<i>Tabla 6. Salario promedio por tipo de empleado año 2002, otros artículos de cuero.</i>	13
<i>Tabla 7. Número de establecimientos principales calzado.</i>	14
<i>Tabla 8. Número de establecimientos por provincia calzado -2003</i>	15
<i>Tabla 9. Salario promedio por tipo de empleado año 2002, Calzado</i>	15
<i>Tabla 10. Balanza comercial de la industria manufacturera de artículos de cuero.</i>	18
<i>Tabla 11. Balanza Comercial total -Bolsos, ropa y calzado de cuero</i>	19
<i>Tabla 12. Balanza comercial – Bolsos de mano, maletas, carteras, maletines, artículos de bolsillo y otros bolsos en general.</i>	20
<i>Tabla 13. Balanza comercial – Ropa y artículos de vestir de cuero</i>	22
<i>Tabla 14. Balanza comercial – Zapatos y botas</i>	23

Tabla 15. Principales países destino de las exportaciones de productos de cuero Canadienses	24
Tabla 16. Principales países proveedores de artículos de cuero	25
Tabla 17. Principales proveedores de Bolsos de mano, maletas, carteras, maletines, artículos de bolsillo y otros bolsos en general.	26
Tabla 18. Principales países proveedores a Canadá de zapatos de cuero	27
Tabla 19. Principales países proveedores a Canadá de ropa de cuero	29
Tabla 20. Consumo aparente de la industria de manufactura de artículos de cuero.	30
Tabla 21. Consumo aparente de la industria de manufactura cueros y pieles teñidas y terminadas.	31
Tabla 22. Consumo aparente de la industria de manufactura de calzado.	31
Tabla 23. Consumo aparente de la industria de manufactura otros artículos de cuero	32
Tabla 24. Tabla resumen de la población total de Canadá por provincia, así como su incidencia en gastos de vestuario.	33
Tabla 25. Ventas anuales por producto para el grupo de grandes comerciantes	36
Tabla 26. Ventas al detalle por sector	37
Tabla 27. Manufactureros de Cuero en Canadá	44
Tabla 28. Manufactureros de Botas de Seguridad Canadiense	45
Tabla 29. Precios, Marcas ,Origen y punto de venta.	63
Tabla 30. Impuestos a las ventas, por provincia, aplicados en Canadá	72
Tabla 31. Concentración de las compras de vestuario	83

Tabla 32. Distribución de las compras de acuerdo al ingreso y edad	85
Tabla 33. Contacto tiendas de vestuario	105
Tabla 34. Abreviaciones de los acuerdos comerciales validos en Canadá	117
Tabla 35. Comparación aranceles Colombia v/s Principales países competidores, bolsos, maletas y maletines	118
Tabla 36. Comparación aranceles Colombia v/s Principales países competidores, artículos de cuero.	119
Tabla 37. Comparación aranceles Colombia v/s Principales países competidores, zapatos de seguridad	119
Tabla 38. Eliminación de cuotas	121
Tabla 39. Países beneficiados con el trato de País menos desarrollado	123
Tabla 40. Capacidad de Carga por Tipo de Aeronave (Ejemplos)	136
Tabla 41. Normas y Restricciones portuarias en Canadá	140
Tabla 42. Países sin permiso de ingreso a territorio fluvial canadiense.	140
Tabla 43. Cuadro Comparativo de distancias entre principales puertos y centros comerciales de Canadá.	142
Tabla 44: Tablas de precios de transporte.	146
Tabla 45. Información costo aproximados por contenedor puerto a puerto.	147
Tabla 46. Tiempos aproximados (en papel) por vía marítima o multimodal.	148
Tabla 47. Tiempos de transporte entre algunos países competidores y puertos en Canadá.	149
Tabla 48. Ejemplo de cuotas para el envío de muestras de Bogotá hacia Montreal, Toronto o Vancouver:	155

GRAFICAS

Gráfica 1. Comportamiento de la producción local	11
Gráfica 2. Costos de Producción, en 2001	16
Gráfica 3. Costos de Producción en 2001. Principales Establecimientos Otras artículos de cuero (NAICS 31699)	17
Gráfica 4. Distribución según segmento del mercado de cada dólar gastado en vestuario	34
Gráfica 5. Porcentajes del consumo total en vestuario y accesorios para todo Canadá.	35
Gráfica 6. Ciclo de compras de vestuario y accesorios en Canadá.	41
Gráfica 7. Diagrama de canales de distribución y comercialización.	77

ANEXOS

ANEXO 1 CONTACTOS (INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR TRADE FACILITATION OFFICE CANADA)	171
ANEXO 2 MAYORES IMPORTADORES POR CODIGO HS	172
ANEXO 3 CONTACTOS IMPORTANTES	180
ANEXO 4 EXPOSICIONES Y EVENTOS	185

Artículos de cuero

RESUMEN EJECUTIVO

La industria manufacturera de cuero se ubica en el número 21 dentro del ranking de las industrias manufactureras canadienses. Cuenta con aproximadamente 8885 trabajadores y 1197 establecimientos, los cuales se localizan en las provincias de Québec, seguida por Ontario y finalmente el resto de las provincias, donde se destacan Colombia Británica y Alberta.

La industria del cuero esta experimentando una fuerte disminución en la participación de la economía nacional. Esto debido a que ha sido fuertemente afectada por la importación de prendas y calzado de países altamente competitivos que llegan con precios muy bajos al mercado canadiense.

Se ha visto el cierre de muchas empresas, o fusiones para mantenerse la competitividad. O bien el traslado de la manufactura de los productos a terceros países, generalmente asiáticos, donde el valor de la mano de obra calificada es bastante menor. Estas empresas por tradición y prestigio siguen manteniendo su oficina central en Canadá, donde queda la administración, diseño y operaciones.

A pesar de esto, la calidad y prestigio de la marca "hecho en Canadá" ha conquistado un mercado más exclusivo y exigente como es Estados Unido y en menor proporción países de Europa y Japón.

Comercio exterior

Canadá es un importador neto de productos de cuero, excepto en cueros y pieles en bruto. Las importaciones vienen principalmente de países asiáticos, donde es casi imposible competir con una mano de obra barata y gran capacidad de respuesta.

En términos generales, toda la industria de fabricación de productos de cuero, ha experimentado un aumento en el déficit en la balanza comercial, debido al fuerte aumento de las importaciones provenientes de países como China, Vietnam, India, Indonesia entre otros.

Tanto la industria del cuero (NAICS 316) como la subcategoría calzado (NAICS 3162) han bajado su participación de mercado, siendo esta última la más afectada debido a las crecientes importaciones de calzado.

Existe una creciente oferta y gama de productos y accesorios orientados a la moda canadiense. Las importaciones crecieron en forma continua durante el periodo 1999-2003. Esto se refleja en el creciente interés en productos de cuero, especialmente en el área de deportes y accesorios, y una población más adulta con mayor poder adquisitivo.

Actualmente China lidera las importaciones de **bolsos, maletas y similares** a Canadá. Solo cuatro países concentran el 83% del total de las importaciones en el año 2003.

Por su parte China, Vietnam e Italia lideran las importaciones de **calzado** con una participación conjunta del 54% del mercado.

A pesar de este liderazgo, tanto para el rubro cuero como calzado se aprecia que China ha perdido territorio en las importaciones a Canadá. Esta pérdida de participación se debe a la competencia de Taiwán, Vietnam e Indonesia.

Actualmente China lidera las importaciones de **ropa de cuero**. Le siguen un grupo de 4 países muy parejos, Italia, USA, Pakistán e India.

EL productor canadiense, viéndose enfrentado a esta gran competencia ha enfocado su producción a un nicho más específico, donde el consumidor demanda mas calidad y esta dispuesto a pagar un precio más alto. Es el caso de Estados Unidos, un mercado muy cercano en distancia e idiosincrasia, que favorece los costos y tiempo en transporte, además de haber firmado ambos países el tratado del libre comercio NAFTA donde se eliminan los impuestos a las importaciones. También existen exportaciones a países europeos y Japón.

Es resumen, se aprecia que la tendencia ha sido una producción nacional reestructurada y orientada más bien a las exportaciones de artículos exclusivos o de alta calidad, y un aumento constante en las importaciones para satisfacer la demanda del mercado canadiense.

Competencia

La competencia para el exportador Colombiano no será el productor nacional canadiense, sino que la exponencial oferta de prendas de cuero y

calzado provenientes de la importación a precios muy bajos, especialmente desde Asia.

Es por ello que la diferenciación en la oferta de un producto único y de excelente calidad destinada a un consumidor de mayor poder adquisitivo y más exigente es la clave del éxito y de la sobrevivencia. De otra manera Colombia tendría que entrar a competir en una guerra de precios con estos países.

A nivel internacional la competencia provendrá principalmente de los países asiáticos, tales como China, Vietnam, India y Bangladesh. El primero, cuenta con una producción muy barata y con productos de excelente calidad, lo cual lo ha hecho convertirse en el proveedor natural. Por su parte Bangladesh cuenta con la ventaja de trato de nación menos desarrollada por la cual ingresan sus productos a Canadá libre de cuotas y aranceles.

Dicha competencia se intensificará aún más cuando el 1 de Enero de 2005, se eliminen las últimas cuotas existentes para la internación de prendas de vestuario a Canadá provenientes de países como China.

Reglamentación de entrada

En cuanto a barreras arancelarias, en términos generales a las prendas provenientes de Colombia se les aplicarán una tasas que van de un 8,5% a 18%, dependiendo de la correspondiente partida arancelaria. El mismo arancel se aplicará a los envíos provenientes de China, Italia, Vietnam e India.

En cuanto a barreras no arancelarias, no existen grandes requisitos. Lo más importante es que las prendas que se ingresan a Canadá se adapten a la reglamentación canadiense.

Canales de distribución

Como canales de distribución el exportador puede optar por hacer negocios directamente con el comerciante distribuidor o a través de un agente o intermediario. El agente es siempre recomendado cuando el exportador no tiene experiencia en Canadá ni en los Estados Unidos y sus productos no son conocidos.

En cuanto a puntos de venta finales para ropa, artículos de cuero y calzado, se distribuyen a través de las grandes tiendas por departamento, tales

como The Bay, Sears y Zellers, y tiendas especializadas, boutiques, tiendas de descuento, y en otros como por ejemplo HomeDepot quien vende calzado de seguridad.

Las grandes tiendas por departamentos tienen reglas claras con requisitos establecidos para sus proveedores. Hay una gran preocupación en la protección del medio ambiente y respeto de derechos laborales. Estas tiendas implementan un sistema de aprobación a nuevos proveedores, especificando todos los términos y reglas que regirán la relación de negocios.

Existe una imagen algo negativa de Colombia creada por experiencias anteriores con proveedores, lo que hace dudar a algunos empresarios y compradores para iniciar una relación comercial. Aquí el agente o intermediario juega un rol vital para romper esa barrera.

En cuanto a las modalidades de compra de tiendas especializadas estas varían bastante entre unas y otras, generalmente pagarán a sus nuevos proveedores mediante carta de crédito hasta tener la confianza necesaria, los que tienen una trayectoria pagaran a plazo o con pago contra documentos.

Distribución física internacional

Colombia cuenta con la ventaja de su cercanía a Canadá en comparación con sus competidores Asiáticos.

El exportador Colombiano puede optar por ingresar sus productos a Canadá pasando o no por los Estados Unidos, en cualquier caso debe considerarse el pago de inspecciones y costos extras.

Canadá cuenta con modernas instalaciones en lo relativo a infraestructura de puertos, aeropuertos y de rutas. Cuenta asimismo con numerosos pasos fronterizos por los cuales circulan mercaderías valuadas en más de 400 billones de dólares al año.

El exportador Colombiano deberá elegir con cuidado la mejor opción de transporte de sus productos hacia Canadá entre las mejores alternativas existentes, para así beneficiarse de precios y de los tiempos más cortos según la ruta elegida. Asimismo se le recomienda informarse bien, ya sea con sus compradores en Canadá, o con su agente de aduanas de toda la reglamentación y procedimientos a seguir a fin para internar mercaderías

en dicho país así como los documentos a completar y a entregar a las distintas partes y autoridades involucradas en el proceso de importación.

Conclusiones

La manufactura de cuero, marroquinería y calzado en Canadá, presenta una disminución como resultado de las medidas de liberalización comercial adoptadas, la cual se traduce en cierre de fábricas, fusión o absorción de empresas, traslado de la producción a terceros países (principalmente asiáticos) y una orientación hacia la exportación por parte de las empresas Canadienses que aún operan.

Se ha registrado un incremento importante de los envíos provenientes de Asia, quienes por sus bajos precios de producción y costos administrativos le hacen muy fácil competir, en términos de precios, con la producción local y de otros países con mayores costos de manufactura. Asimismo se aprecia que la calidad de los productos provenientes de China es cada vez mejor.

También se registran aumentos importantes de las importaciones provenientes de Indonesia, Vietnam, Taiwán y de otras naciones consideradas como "Menos desarrolladas" y a las cuales se les ha concedido el trato preferente de la ausencia de cuotas y de arancel cero en el ingreso de sus productos.

Puntos encontrados y por desarrollar

Se le recomienda al exportador tener en cuenta, sobre todo, el peso demográfico de cada provincia o territorio al momento de decidir a donde desea exportar sus productos, en este caso vestuario, para asegurarse de que estos puedan llegar al mayor número de consumidores.

El potencial exportador debe tener muy en cuenta, al considerar Canadá como un destino para sus exportaciones, de que éste es un país pequeño en cuanto a población (estimada en 31 millones en el año 2001) y muy exigente, buscando siempre la mejor calidad por el precio más conveniente.

1 INTRODUCCIÓN

El presente estudio de mercado tiene como objetivo proporcionar al exportador colombiano de artículos de cuero la información necesaria para conocer las exigencias del mercado, las características de la competencia, los factores determinantes de la demanda de estos productos y las condiciones de acceso. Se presenta también un análisis del potencial para los productos antes mencionados y algunas recomendaciones clave para posicionarlos exitosamente en Canadá.

La información contenida en este documento fue desarrollada considerando las fuentes más recientes disponibles a la fecha de elaboración del estudio. La información primaria del estudio fue obtenida fundamentalmente a través de entrevistas, de igual manera se obtuvo información en visitas a los diferentes puntos de venta. La información secundaria, por su parte, fue obtenida de fuentes diversas, destacando Statistics Canadá y la información de asociaciones y empresas (brochures, memorias y documentos emitidos por estas entidades).

El exportador Colombiano podrá utilizar este documento como punto de partida para estructurar su estrategia de oferta y entrada al mercado, no obstante debido a la rapidez con que se mueven los mercados internacionales es de vital importancia que las estadísticas, los nombres y contactos y la estructura del mercado aquí expuestas sean validadas periódicamente.

2 INFORMACION GENERAL¹

La industria de cuero total se ubica en el número 21 dentro del ranking de las industrias manufactureras canadienses. Cuenta con aproximadamente 8885 trabajadores y 1197 establecimientos, los cuales se ubican principalmente en las provincias de Québec, Ontario y finalmente el resto de las provincias donde se destacan Colombia Británica y Alberta.²

La participación total de la industria de corte y confección es del 2% del producto Interno Bruto Canadiense (GDP: Gross Domestic Product); 4% de las inversiones industriales y 4.4% del empleo del sector Manufacturero en general.

2.1. Cobertura del reporte

El presente estudio abarcará el sector de artículos de cuero. Específicamente se analizarán los siguientes subsectores:

- Industria del calzado: Botas de seguridad
- Industria de maletas, maletines Bolsos de Mano
- Ropa de cuero
- Accesorios y otros productos de marroquinería

A continuación se indican los Códigos HS (Harmonized System) de los productos objeto de este estudio:

El código armonizado (HS) es el mismo de Colombia y todos los países que suscriben el sistema hasta los 6 dígitos. A partir de ahí, en 2002 el gobierno Canadiense ha implementado la necesidad de especificar al nivel de 10 dígitos los productos importados.

¹ En el presente estudio los datos están expresados en dólares americanos, convirtiendo los originales canadienses utilizando la tasa de cambio para 2001 publicada por el Bank of Canadá correspondiente a 0.6458 dólar americano por dólar canadiense <http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>

² Fuente: Statistics Canada

Tabla 1. Segmentación del sector por partida arancelaria HS3

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN (INGLES)	DESCRIPCIÓN (ESPAÑOL)
42.02.11	Trunks, suitcases, and similar containers – leather surface	Maletas, maletines y similares portafolios superficie de cuero
42.02.21	Handbags - leather outer surface	Bolsos de mano-superficie de cuero
42.02.31	Articles carried in a pocket or handbag - leather outer surface	Artículos cargados en bolsillo o bolsos de mano-superficie de cuero
42.03.10	Articles of apparel or clothing (except gloves) leather	Ropa y artículos de cuero, excepto guantes
42.03.30	Belts and bandoliers of leather or of composition leather	Cinturones y bandoliers de cuero
42.03.40	Clothing accessories of leather Not else where specified	Demás prendas accesorios de cuero
64.03.40	Other footwear not else where specified - rubber/plastic soles - leather uppers- metal toe caps	Otros-calzado suela plástico o goma, capelladas , punta de metal
64.03.51	Boots - leather soles / leather uppers	Botas-Suelas de cuero, capelladas de cuero
64.03.91	Boots - rubber/plastic soles - leather uppers	Botas-Suelas de plástico o goma, capelladas de cuero

Fuente: Industry Canada, Trade Data on Line. Canadian Border Services Agency <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/tablewithamendments-e.html>

Por su parte el sistema de Clasificación Industrial Norte Americano (NAICS)⁴ es un sistema desarrollado bajo el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte por las agencias estadísticas de los países firmantes: Canadá, Estados Unidos y México.

Este sistema se diseñó para proporcionar definiciones comunes de la estructura industrial de los tres países para facilitar el análisis comparativo entre dichas economías

Para efectos de este estudio, se utilizará esta clasificación para analizar la industria general en cuanto a número de establecimientos y empleados del sector en Canadá.

³ Aunque en este reporte nos referiremos generalmente a los primeros 6 dígitos del sistema arancelario armonizado se debe tener en cuenta que para las exportaciones a Canadá los productos deben venir relacionados bajo los 10 dígitos completos de la partida arancelaria correspondiente

⁴ North American Industry Classification System

Tabla 2. Segmentación de la industria. Según Clasificación NAICS

NAICS (Clasificación Industrial de Manufactura en Norte América) ⁵	DESCRIPCION (INGLES)	DESCRIPCION (ESPAÑOL)
31621	Footwear Manufacturing: Athletic footwear, manufacturing Skate boots, without blades or wheels, manufacturing Footwear, manufacturing Ski boots, manufacturing Orthopedic shoes (except extension shoes), manufacturing Slippers, manufacturing Running shoes and boots, manufacturing Work boots and shoes, manufacturing	Manufactura del calzado: Calzado deportivo, patines de hielo o con ruedas, botas de esquí, calzado ortopédico, zapatillas de levantarse, zapatillas y botas deportivas, Botas y zapatos de trabajo
31699	Other Leather and Allied Product Manufacturing: Belts and belting for machinery, leather, manufacturing Luggage, any material, manufacturing Boot and shoe cut stock (except rubber), manufacturing Musical instrument cases, manufacturing Briefcases, manufacturing Purses, manufacturing Burnt leather goods, manufacturing Saddles, harness and parts, manufacturing Handbags, manufacturing Vanity cases, manufacturing Leather cut stock and findings, boot and shoe, manufacturing Wallets, manufacturing	Otros cueros y manufactura de productos aliados: Cinturones y correas para la maquinaria, cuero, equipaje de fabricación, cualquier material, corte y fabricación del zapato (excepto el caucho), cajas musicales para instrumento, carteras, monederos, mercancías de cuero quemadas, silla de montar, arnés y piezas, bolsos, neceser, cargadores y zapatos, carpetas de cuero, billeteras

Fuente: Industry Canada, Trade Data on Line . www.strategis.gc.ca

Para efectos del presente estudio, se utilizarán principalmente las estadísticas provenientes de los códigos arancelarios. No obstante lo anterior, se utilizará la información contenida en la tabla 2 (Códigos NAICS) a fin de proceder a análisis de la industria local de cuero.

5 La industria de manufactura de productos de cuero se encuentra clasificada bajo el código industrial: Leather and Allied Product Manufacturing (NAICS 316). Que a su vez se subdivide en: Leather and Hide Tanning and Finishing (NAICS 3161), teñido y terminado de cueros y pieles, Footwear Manufacturing (NAICS 3162), manufactura de calzado, Other Leather and Allied Product Manufacturing (NAICS 3169), manufactura de otros productos de cuero.

3 COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

3.1. Tamaño del mercado

3.1.1. Industria de manufactura de artículos de cuero en Canadá

La industria **manufacturera total** Canadiense esta dividida en 21 rubros principales y sus subcategorías. Esta industria tuvo un valor de producción US\$ 350 billones de dólares americanos en el 2002. El comportamiento durante los últimos años muestra el mayor crecimiento en el año 2000 donde alcanzó US\$ 378 billones.

Las industrias más importantes son transportes y equipos con un 22.46%, manufactura de alimentos con un 11,3% y manufactura de productos químicos con un 7,1%.

La industria manufacturera de cueros y productos aliados tiene un 0,18% de la manufactura ocupando el lugar 21.

La industria de cuero en Canadá esta compuesta de cuatro segmentos principales: cuero curtido; industria del calzado; industria de maletas, maletines y carteras; y finalmente otros productos de cuero y marroquinería.

Canadá es principalmente importador de estos productos, esto se refleja en la balanza comercial negativa donde se observa que las importaciones son cada vez mayores comparadas con las exportaciones, las cuales han registrado una tendencia a la baja disminuyendo a US\$489 millones de dólares lo que se traduce en una disminución del 15% (datos tomados desde 1997).⁶ A excepción de las exportaciones correspondientes a cuero sin tratar donde en 1999 sobrepasaron las importaciones en \$168 millones⁷

⁶ Statistic Canada, Balanza comercial

⁷ TFOC: Hides, Leather Goods and leather apparel

Tabla 3. Producción industria manufacturera Canadiense de cueros

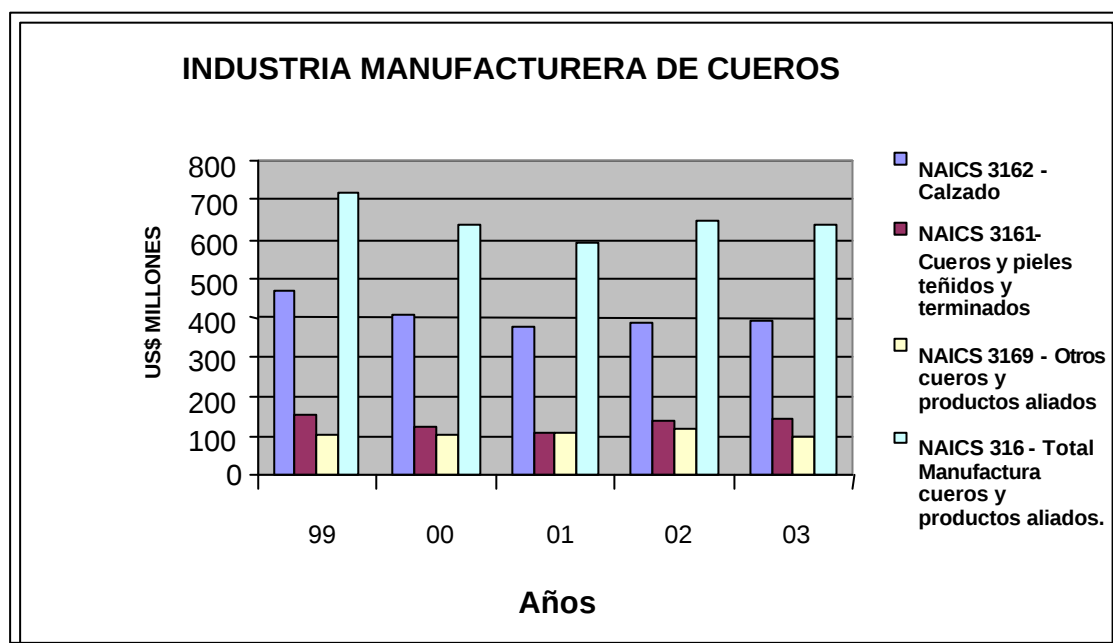
	1998	1999	2000	2001	2002
NAICS 31611- Cueros y pieles teñidas y terminadas	123,791	107,885	139,628	145,110	108,719
NAICS 31621 – Calzado	409,919	375,278	384,532	325,432	265,141
NAICS 31699 – Otros cueros y productos aliados	102,873	109,232	120,680	152,360	189,708
NAICS 316 - Total cueros y productos aliados	636,582	592,395	644,840	622,902	563,568

Fuente: Statistic Canadá . Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

La industria del cuero total (NAICS 316) ha caído en un 13,9%, bajando su participación de mercado total de manufactura de 0,23% a 0,18%. Donde en el 2002 la producción fue de US\$ 564 millones.

A su vez la subcategoría calzado (NAICS 3162) es la que muestra la mayor caída, en los últimos 5 años, esto debido principalmente a la gran importación de calzado. Las otras categorías de cueros se mantienen relativamente más estables, sin grandes variaciones.

Gráfica 1. Comportamiento de la producción local



Fuente: Statistic Canadá . Industry Canada 2004. Valores en dólares americanos.

3.1.1.1. Industria de manufactura de calzado y otros artículos de cuero⁸

Otros artículos de cuero:

La industria de manufactura de otros artículos de cuero bajo la clasificación industrial **(NAICS 31699)** presentó una disminución del número de establecimientos productores en el 2002 y una recuperación durante el 2003. De igual manera se notarán aumentos en la producción hasta alcanzar US\$ 189.7 millones durante el 2002.

En general esta industria ha tenido un incremento en el número de empleados, con aproximadamente 3493 personas en el 2002, donde el mayor porcentaje pertenece a empleados del área de producción.

Tabla 4. Número de establecimientos principales otros artículos de cuero.

Año	Establecimientos	Producción	Administrativo	Total empleados
1993	114	2005	524	2529
1994	98	1910	465	2375
1995	115	2017	410	2427
1996	104	1996	374	2370
1997	98	1788	336	2124
1998	92	1840	344	2184
1999	78	1833	313	2146
2000	148	1759	324	2083
2001	151	2647	472	3119
2002	144	2820	673	3493

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31699)

La mayoría de los establecimientos manufactureros de estos productos se localizan en la provincia de Québec y Ontario.

8 Para efectos de este estudio se analizará la industria de calzado Footwear Manufacturing NAICS 31621 y otros productos de cuero (Other Leather and Allied Product Manufacturing NAICS 31699)

Tabla 5. Número de establecimientos por provincia otros artículos de cuero -2003

Provincia	Establecimientos	Participación
Québec	79	42%
Ontario	61	33%
British Columbia	19	10%
Alberta	14	7%
Nova Scotia	5	3%
Manitoba	3	2%
New Brunswick	3	2%
Saskatchewan	3	2%
Newfoundland and Labrador	0	0%
Northwest Territories	0	0%
Nunavut	0	0%
Prince Edward Island	0	0%
Yukon Territory	0	0%
CANADA	187	100%

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31699)

En cuanto a los salarios de la industria, el promedio devengado anual fue de US\$ 15,439 para el año 2002, siendo este un salario muy bajo comparado con otras industrias manufactureras.

En total la industria de manufactura de otros artículos de cuero pagó un total de US\$ 54 millones a sus empleados durante el 2002.

Tabla 6. Salario promedio por tipo de empleado año 2002, otros artículos de cuero.

Producción	\$ 13,716
Administración	\$ 22,664
Total promedio	\$ 15,439

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31699) Valores en dólares americanos. Valores originales en dólares canadienses, convertidos a tasa de cambio promedio 2002 de \$1.57 CAN/US. Según Bank of Canadá.

Calzado⁹:

La industria de manufactura de calzado bajo la clasificación industrial **(NAICS 31621)** presentó una disminución constante del número de establecimientos productores. Esto se nota además en la baja tan significativa de la manufactura de estos productos donde se paso de una producción de US\$ 409.9 millones en 1998 a US\$ 265 millones durante el 2002 . Por ende el número de empleados en la industria ha venido disminuyendo pasando de 9507 trabajadores en 1993 a 4880 trabajadores en 2002. El Total de empleo en la industria Manufacturera del Calzado muestra una caída del –13.1% entre 2000 y el 2001.

Todo lo anterior se debe a la gran competencia que ha invadido el mercado de calzado, donde las importaciones de países principalmente asiáticos han hecho que muchas empresas canadienses tengan que cerrar sus centros de producción o trasladarlos a terceros países.

Tabla 7. Número de establecimientos principales calzado.

Año	Establecimientos	Producción	Administrativo	Total empleados
1993	92	8150	1357	9507
1994	92	8348	1383	9731
1995	90	7261	1504	8765
1996	87	6777	1347	8124
1997	85	6868	1397	8265
1998	83	6660	1475	8135
1999	74	6166	1351	7517
2000	130	6230	1251	7481
2001	110	4891	889	5780
2002	104	4046	834	4880

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31621)

Los establecimientos que aun se dedican a la manufactura en el país se encuentran localizados principalmente en la provincia de Québec y Ontario.

9 Esta industria incluye todo tipo de calzado: Calzado deportivo, patines de hielo o con ruedas, botas de esquí, calzado ortopédico, zapatillas de levantarse, zapatillas y botas deportivas, Botas y zapatos de trabajo

Tabla 8. Número de establecimientos por provincia calzado -2003

Provincia	Establecimientos	Participación
Québec	55	45%
Ontario	44	36%
British Columbia	12	10%
Alberta	2	2%
Manitoba	2	2%
New Brunswick	2	2%
Saskatchewan	3	2%
Newfoundland and Labrador	1	1%
Nova Scotia	1	1%
Prince Edward Island	1	1%
Nunavut	0	0%
Northwest Territories	0	0%
Yukon Territory	0	0%
CANADA	123	100%

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31621)

En cuanto a los salarios de la industria de calzado se presenta una disminución constante, promedios anuales de US\$ 15,110 y un monto total de US\$ 74 millones pagados a los empleados de esta industria durante el 2002.

Tabla 9. Salario promedio por tipo de empleado año 2002, Calzado

Producción	\$ 12,897
Administración	\$ 25,842
Total promedio	\$ 15,110

Fuente: Industry Canadá. Incluye el código industrial (NAICS 31621) . Valores en dólares americanos. Valores originales en dólares canadienses, convertidos a tasa de cambio promedio 2002 de \$1.57 CAN/US. Según Bank of Canadá.

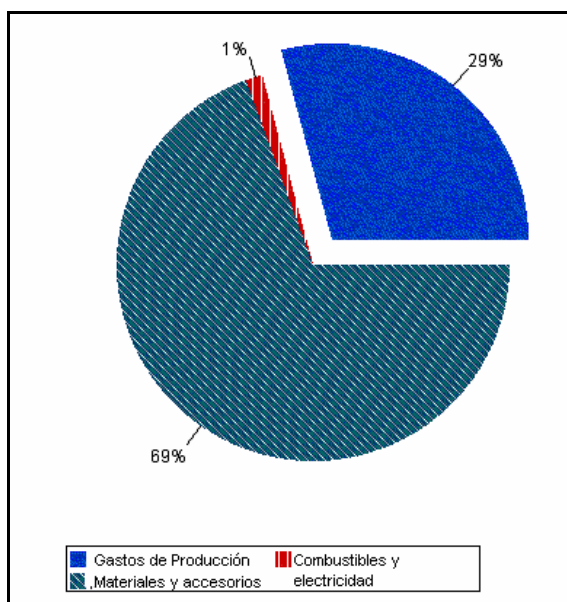
3.1.1.2. Costos de Producción

Los costos de producción se pueden dividir en tres categorías principales: costo de materia prima y materiales, costo del combustible y electricidad y costos de salarios y sueldos.

Los costos de producción en la industria del calzado y de otros artículos de cuero en 2001 fueron dominados por los costos de materias primas y materiales.

Considerando que los costos son el factor más relevante en la industria de la manufactura, esta se verá fuertemente afectada por variaciones en los precios de las materias primas y materiales, las cuales están sujetas a aranceles de importación.

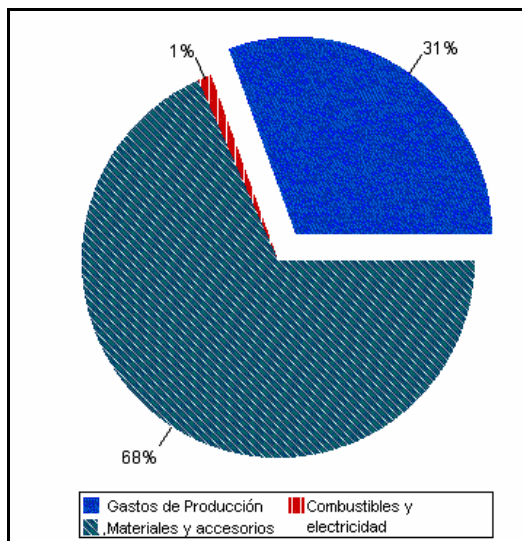
Gráfica 2. Costos de Producción, en 2001
Principales Establecimientos Industria del Calzado (NAICS 31621)



Fuente: Statistics Canadá, Business Patterns Database, Diciembre 2003

Del gráfico se infiere que el 69% de los costos de producción para la industria del calzado esta dado por las materias primas e insumos, luego con un 29% lo siguen los costos asociados al pago de salarios y finalmente con un 1% el costo de electricidad y combustible.

Gráfica 3. Costos de Producción en 2001.
Principales Establecimientos Otras artículos de cuero (NAICS 31699)



Fuente: Statistics Canadá, Business Patterns Database, Diciembre 2003

Para el caso de la manufactura otros artículos de cuero el 68% de los costos corresponde a costos relacionados a materias primas e insumos, luego lo sigue 31% de costos correspondientes al pago de salarios y solo el 1% a combustible y electricidad.

3.1.2. Balanza comercial sector de artículos de cuero

3.1.2.1. Balanza comercial Industria de manufactura de cuero en total

Tabla 10. Balanza comercial de la industria manufacturera de artículos de cuero.

	1999	2000	2001	2002	2003
NAICS 316 - Total cueros y productos aliados					
Exportaciones	280,041	296,116	275,442	282,601	263,812
Importaciones	1,468,100	1,567,941	1,560,827	1,605,647	1,702,206
Balanza	(1,188,059)	(1,271,825)	(1,285,385)	(1,323,046)	(1,438,394)
NAICS 31611 – Cueros y pieles teñidas y terminadas					
Exportaciones	62,407	59,720	62,430	57,320	42,083
Importaciones	213,340	273,006	244,900	235,140	218,944
Balanza	(150,933)	(213,286)	(182,469)	(177,820)	(176,861)
NAICS 31621 – Calzado					
Exportaciones	143,899	156,668	131,647	136,094	125,337
Importaciones	919,019	942,904	960,903	1,001,633	1,050,474
Balanza	(775,120)	(786,235)	(829,256)	(865,539)	(925,137)
NAICS 31699 – Otros cueros y productos aliados					
Exportaciones	73,735	79,728	81,365	89,187	96,392
Importaciones	335,741	352,031	355,024	368,874	432,788
Balanza	(262,006)	(272,303)	(273,659)	(279,687)	(336,397)

Fuente: Statistic Canada . Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

En términos generales, para toda la industria de fabricación de productos de cuero, se ha visto un aumento en el déficit en la balanza comercial, con un fuerte incremento de las importaciones provenientes de países con mano de obra barata, tales como China, Vietnam, India, Indonesia entre otros .

El único sector que ha presentado una baja en el último año en las importaciones es el perteneciente a cueros y pieles tratadas.

El aumento de importaciones mas representativo se da en la industria de calzado donde se alcanzó un monte de US\$ 1.1 billones en el 2003. En cuanto a las exportaciones estas experimentan una caída constante desde el año 2000 incrementando así aun más el déficit.

Por su parte las exportaciones también han decrecido principalmente por la fuerte competencia y la disminución de la producción nacional, solamente se presenta aumento de las exportaciones en el sector de otros artículos de cuero.

3.1.2.2. Balanza comercial artículos de cuero

Respecto a los artículos específicos objeto de este estudio, a continuación se incluyen tablas correspondientes a la balanza comercial total y por partidas arancelarias.

Tabla 11. Balanza Comercial total -Bolsos, ropa y calzado de cuero

Bolsos, zapatos, sandalias, zapatillas, botas, cinturones, correas, maletas, bolsos, maletines, billeteras, otros bolsos y zapatos de cuero						
	1999	2000	2001	2002	2003	% 2002-03
Exportaciones	98,442,138	108,532,796	98,830,197	103,205,721	83,799,203	-18.80%
Importaciones	215,867,042	269,921,930	291,485,714	305,219,966	314,704,009	3.11%
Balanza comercial	-117,424,904	-161,389,134	-192,655,517	-202,014,245	-230,904,806	14.30%

Nota: Los valores aquí expresados corresponden a dólares americanos

Fuente: Statistics Canada

Partidas incluidas : 42.02.11, 42.02.21, 42.02.31, 42.03.10, 42.03.30, 42.03.40, 64.03.40, 64.03.51, 64.03.91

Para el sector de artículos de cuero se aprecia que las exportaciones han mostrado un comportamiento variable con bajas representativas en 2001 y 2003, para situarse en US\$83,8 millones. La mayor baja se encuentra en el último período 2002-03 con un -18,8%. Siendo el rubro mas afectado el de la industria del calzado donde se registra una baja del 43.7% en los últimos 5 años. El 93% de las exportaciones de la industria del cuero son hacia Estados Unidos, país con quien Canadá participa del tratado de libre comercio NAFTA, favoreciendo el arancel cero a las exportaciones, se suma la cercanía de la cultura, gustos en moda y la buena reputación de los productos canadienses. El resto de las exportaciones la mitad se destina a países desarrollados donde buscan calidad y están dispuestos a pagar un mayor precio, como son Alemania, Holanda, Japón y el Reino Unido.

Analizando los artículos de cuero en Canadá se observa la fuerte actividad de las importaciones, las cuales han registrado un aumento constante desde el año 1999 para llegar a situarse en US\$314.7 millones de dólares en el año 2003. Esto representa un crecimiento acumulado en los últimos 5 años de 46%. El año 2003 el incremento fue del 3.11% con respecto al período anterior.

Los productos importados son manufacturados en países como China, Vietnam, India e Indonesia, donde la mano de obra es considerablemente menor, por lo cual es casi difícil competir con el precio final al llegan al mercado canadiense. Sin embargo Italia también se posiciona en este sector dada la calidad de sus productos. Por ello, con el fin de proteger la industria del vestuario nacional, el gobierno Canadiense aplica aranceles y establece cuotas para ciertas prendas provenientes de determinados países.

Como resultado la balanza comercial viene acumulando un déficit creciente e importante, con un aumento de 96% en los últimos 5 años pasando de un valor de US\$117 a US\$230 millones. El déficit más representativo se da en el año 2003 con un aumento del 14.3% respecto al período anterior.

Tal como se ha mencionado anteriormente la industria nacional enfrenta una competencia muy fuerte de productos importados, lo que ha llevado al cierre de plantas y disminución en las exportaciones.

A continuación se analizan las tendencias de la balanza comercial por cada tipo de artículo:

Tabla 12. Balanza comercial – Bolsos de mano, maletas, carteras, maletines, artículos de bolsillo y otros bolsos en general.

HS 420211 - Maletas, maletines y envases similares – superficie de cuero					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	1,935	2,177	1,819	1,928	2,022
Importaciones	9,243	9,454	8,290	7,637	7,269
Balanza	(7,307)	(7,278)	(6,472)	(5,709)	(5,247)
HS 420221 – Bolsos de mano – superficie de cuero					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	3,477	4,488	3,475	3,771	4,372
Importaciones	17,532	21,309	26,182	27,521	29,749

Balanza	(14,055)	(16,821)	(22,706)	(23,749)	(25,376)
HS 420231 – Artículos para el bolsillo y bolsos de mano – superficie de cuero					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	2,180	2,525	2,839	1,981	2,128
Importaciones	14,784	16,564	18,402	17,855	19,482
Balanza	(12,604)	(14,040)	(15,563)	(15,874)	(17,354)
Subtotales					
Exportaciones	7,592	9,190	8,133	7,680	8,522
Importaciones	41,559	47,327	52,874	53,013	56,500
Balanza	(33,967)	(38,137)	(44,741)	(45,333)	(47,978)

Partidas incluidas: 42.02.11, 42.02.21, 42.02.31

Notas: Los valores aquí expresados corresponden a miles de dólares americanos

Fuente: Statistics Canadá.

Para el sector bolsos y maletas en general se aprecia una balanza negativa, donde las exportaciones para el período estudiado fluctúan de año en año, no existiendo una tendencia clara. En cuanto a las importaciones en general, se aprecia, una tendencia constante al alza desde el año 1999 con un crecimiento acumulado del 36.1%. El año periodo 2003-02 tiene un crecimiento del 5,6%.

Dentro de las partidas analizadas, las exportaciones de maletas, maletines y similares (HS 420211) se mantienen alrededor de los US\$2 millones durante los últimos 5 años, con un aumento del 4,9% en el año 2003 respecto al valor exhibido en 2002. Mientras que las importaciones mostraron una disminución constante hasta alcanzar US\$ 7.2 millones para el 2003.

Los bolsos de mano (HS 420221) presentan el mayor aumento en importaciones y los montos mas importantes en estos productos con US\$ 29, 8 millones para el 2003. Las exportaciones por su parte no sobrepasan los US\$4.5 millones.

Las exportaciones de artículos para cargado en el bolsillo o en bolsos de mano (HS 420231) fluctúan durante los últimos 5 años. En el ultimo periodo, 2003, se exportaron \$2.3 millones, un aumento del 5,7% respecto al valor exhibido en 2002. Sin embargo las importaciones siguen sobrepasando la exportaciones alcanzando US\$19 millones para el 2003.

Tabla 13. Balanza comercial – Ropa y artículos de vestir de cuero

HS 420310 – Ropa y artículos de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	20,502,250	28,060,841	26,507,906	22,460,188	20,122,654
Importaciones	63,104,265	99,966,492	105,404,449	106,137,187	105,276,763
Balanza	(42,602,015)	(71,905,651)	(78,896,543)	(83,676,999)	(85,154,109)
HS 420330 – Cinturones y bandolieres de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	6,801,043	9,797,514	13,164,351	19,592,119	12,460,491
Importaciones	10,698,297	11,503,467	13,584,236	16,552,099	15,636,461
Balanza	(3,897,254)	(1,705,953)	(419,885)	3,040,020	(3,175,970)
HS 420340 – Accesorios de vestir de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	407,547	645,143	492,471	592,797	828,528
Importaciones	1,503,129	2,398,660	1,177,449	545,123	1,082,284
Balanza	(1,095,582)	(1,753,517)	(684,978)	47,674	(253,756)
Subtotales					
Exportaciones	27,710,840	38,503,498	40,164,728	42,645,104	33,411,673
Importaciones	75,305,691	113,868,619	120,166,134	123,234,409	121,995,508
Balanza	(47,594,851)	(75,365,121)	(80,001,406)	(80,589,305)	(88,583,835)

Partidas incluidas: 42.03.10, 42.03.30, 42.03.40

Notas: Los valores aquí expresados corresponden a dólares americanos

Fuente: Statistics Canada.

Para el sector de ropa y artículos de vestir se aprecia que las exportaciones registraron un aumento importante del 53% entre 1999 y 2002, para luego caer el 2003 en un 23%. Aproximadamente US\$ 7 millones de los US\$ 33 exportados en el 2003 son re exportaciones y no productos fabricados localmente.

En general las exportaciones durante el año 2003, han registrado caídas en dos de las partidas analizadas, salvo accesorios de vestir de cuero con un aumento del 39% (HS 420340). Ropa y artículos de cuero caen un 11,6% (HS 420310), así como Cinturones y bandoliers de cuero con un 57,2% (HS 420330),

Al igual que el resto de artículos de cuero las importaciones en general han registrado un aumento durante el periodo analizado entre los años 1999 y 2002, pasando de US\$ 75 millones a US\$ 123 millones, para luego caer en un 1,04% en el año 2003.

El monto de importaciones mas elevado lo registra la ropa de cuero que alcanzó un valor de US\$ 105 millones para el 2003.

Tabla 14. Balanza comercial – Zapatos y botas

HS 640340 – Otros zapatos con suela de plástico o goma – Punta de metal – solapa de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	6,159	5,162	5,012	6,002	4,970
Importaciones	23,059	34,232	42,907	36,142	43,830
Balanza	(16,900)	(29,070)	(37,895)	(30,140)	(38,861)
HS 640351 - Botas – suela de cuero – solapa de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	2,462	3,248	3,265	3,677	3,749
Importaciones	5,765	7,590	9,387	9,818	7,921
Balanza	(3,303)	(4,342)	(6,122)	(6,141)	(4,172)
HS 640391 - Botas – suela de plástico o goma – solapa de cuero					
	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	54,517	52,430	42,256	43,202	33,146
Importaciones	70,179	66,904	66,151	83,014	84,525
Balanza	(15,662)	(14,474)	(23,896)	(39,812)	(51,379)
Subtotales					
Exportaciones	63,139	60,840	50,533	52,881	41,866
Importaciones	99,003	108,726	118,445	128,974	136,277
Balanza	(35,864)	(47,886)	(67,913)	(76,093)	(94,411)

Partidas incluidas: 64.03.40, 64.03.51, 64.03.91

Notas: Los valores aquí expresados corresponden a miles de dólares americanos

Fuente: Statistics Canadá.

Para el sector zapatos y botas en general se aprecia que las exportaciones presentan una tendencia decreciente llegando a US\$ 41.8 millones en el 2003 frente a US\$ 63 millones que se exportaban en 1999. Mientras las importaciones siguen su crecimiento acelerado hasta alcanzar US\$ 136 millones para el mismo año. Estos factores coinciden con la disminución en la producción nacional y la búsqueda de fuentes de abastecimiento menos

costosas, principalmente en países asiáticos. En Canadá ya no existe una industria representativa de manufactura de calzado de cuero, de hecho aproximadamente US\$ 15.3 millones de los US\$ 41.8 exportados durante el año 2003 son re exportaciones y no productos fabricados en el país.

Por su parte las importaciones han registrado un crecimiento constante entre los años 1999 y 2003 para llegar a situarse en US\$136 millones de dólares, lo cual representa un incremento de un 34% al valor exhibido en 1999.

Las importaciones mas altas pertenecen a las Botas – suela de plástico o goma – solapa de cuero.

3.1.2.3. Exportaciones

Tabla 15. Principales países destino de las exportaciones de productos de cuero Canadienses

	1999	2000	2001	2002	2003	Participación
Estados Unidos	92,428,728	105,465,967	96,350,121	99,928,645	78,250,567	93%
Alemania	841,047	325,211	353,712	473,228	712,276	1%
Reino Unido	1,056,278	371,356	168,733	517,103	634,242	1%
Holanda	187,901	43,544	376,864	306,958	524,303	1%
Japón	133,489	352,598	144,183	292,273	409,020	0%
Hong Kong	85,574	233,842	179,310	142,921	300,172	0%
Pakistán	--	--	--	--	296,698	0%
Dinamarca	677,383	295,808	70,701	113,475	272,810	0%
Finlandia	35,201	129,880	--	92,584	207,624	0%
Suiza	792,236	440,700	210,181	191,905	196,280	0%
SUB-TOTAL	96,237,837	107,658,906	97,853,805	102,059,092	81,803,992	98%
OTROS	2,204,301	873,890	976,392	1,146,629	1,995,211	2%
TOTAL	98,442,138	108,532,796	98,830,197	103,205,721	83,799,203	100%

Partidas incluidas : 42.02.11, 42.02.21, 42.02.31, 42.03.10, 42.03.30, 42.03.40, 64.03.40, 64.03.51, 64.03.91

Notas: Los valores aquí expresados corresponden a dólares americanos

Fuente: **Statistics Canada . (Reporte mayo-2004)**

Como se aprecia en la tabla anterior, el principal destino de las exportaciones Canadienses se concentra en los Estados Unidos, con 93% de todas las exportaciones. Dentro de los factores que explican esta predominancia, debe considerarse al hecho, de que Canadá como país miembro del NAFTA se beneficia con un arancel cero para la entrada de estos productos a los Estados Unidos, además del hecho de ser sociedades muy similares en cuanto a gustos y el contar Canadá con una excelente reputación, en dicho país, en cuanto a la calidad de sus prendas. A continuación se encuentra Alemania, Reino Unido y Holanda.

3.1.2.4. Países proveedores Importaciones

Canadá es un importador neto de productos de cuero, excepto en cueros y pieles en bruto. Existe una gran gama de productos y accesorios orientados a la moda canadiense.

Tabla 16. Principales países proveedores de artículos de cuero

	1999	2000	2001	2002	2003	Participación
China	109,615	149,223	152,036	132,148	139,683	44%
Italia	24,016	32,135	35,722	36,308	35,507	11%
Vietnam	2,801	2,266	4,175	13,953	21,141	7%
Estados Unidos	22,522	17,160	18,649	17,840	15,213	5%
India	11,436	15,494	18,967	14,336	15,163	5%
Macau (Macao)	1,574	2,046	3,156	12,223	10,093	3%
Pakistán	4,262	6,692	7,927	7,244	8,144	3%
Taiwán (Taipei)	1,102	926	1,216	5,300	7,871	3%
Indonesia	1,927	1,745	1,596	5,937	7,683	2%
Brasil	3,620	6,137	7,180	10,943	7,388	2%
SUB-TOTAL	182,874	233,825	250,624	256,232	267,886	85%
OTROS	32,993	36,097	40,861	48,988	46,886	15%
TOTAL	215,867	269,922	291,486	305,220	314,772	100%

Partidas incluidas : 42.02.11, 42.02.21, 42.02.31, 42.03.10, 42.03.30, 42.03.40, 64.03.40, 64.03.51, 64.03.91

Notas: Los valores aquí expresados corresponden a miles de dólares americanos

Fuente: **Statistics Canadá. (Reporte mayo 2004)**

Las importaciones de estas partidas crecieron de US\$215.8 millones en 1999 a US\$ 314.7 millones de dólares en el 2003. Esto refleja un creciente interés en productos de cuero, especialmente en el área de deportes y accesorios, y una población más adulta con mayor poder adquisitivo. El principal proveedor de estos productos es China con una participación de 44% seguido de Italia con 11%.

A continuación se analizan los proveedores según cada partida arancelaria.

Tabla 17. Principales proveedores de Bolsos de mano, maletas, carteras, maletines, artículos de bolsillo y otros bolsos en general.

	1999	2000	2001	2002	2003	Participación 2003
China	18,486,986	20,682,744	23,762,257	24,379,436	25,749,509	46%
Italia	5,773,520	8,542,789	10,169,635	9,185,804	9,228,286	16%
India	6,758,565	7,062,057	7,298,490	6,514,772	6,906,933	12%
Francia	1,486,613	1,804,261	2,384,699	3,561,831	5,065,580	9%
Tailandia	2,135,127	1,966,415	2,348,390	2,378,039	2,782,095	5%
Estados Unidos	3,305,071	3,401,242	2,728,295	2,173,347	2,049,154	4%
España	295,374	319,857	386,535	618,477	965,628	2%
Corea del sur	260,587	950,506	1,035,972	898,905	812,665	1%
Colombia	696,429	599,651	646,866	705,621	440,540	1%
Alemania	313,621	416,839	554,131	567,091	405,955	1%
SUB-TOTAL	39,511,893	45,746,361	51,315,270	50,983,323	54,406,345	96%
OTROS	2,046,268	1,581,400	1,559,075	2,028,566	2,093,372	4%
TOTAL	41,558,161	47,327,761	52,874,345	53,011,889	56,499,717	100%

Partidas incluidas : 42.02.11, 42.02.21, 42.02.31

Notas: Los valores expresados en dólares americanos

Fuente: *Statistics Canada* . (Reporte date 19-mayo -2004)

Actualmente China lidera las importaciones de bolsos, maletas y similares a Canadá con una participación del 45,6%. Le siguen Italia 16%, India 12% y Francia 8,9%. En conjunto los primeros cuatro países acaparan el 83% del total de las importaciones en el año 2003. Se debe tener en cuenta la participación de países europeos en este rubro, lo que demuestra un mercado de nicho que busca calidad y buen diseño y que esta dispuesto a pagar mas por los productos. De esta manera Italia tiene el liderazgo mientras Francia y España reportan los mayores crecimientos en el año 2003.

Para un segmento mas orientado al menor precio la oferta proviene de China, India y Tailandia.

Colombia en este rubro se encuentra en el noveno lugar con un 0,77% del mercado de las importaciones. Esto posiciona a Colombia como el primer país latino exportador en este rubro a Canadá. Sin embargo muestra una caída en la participación, para el 2003.

Tabla 18. Principales países proveedores a Canadá de zapatos de cuero

	1999	2000	2001	2002	2003	Participación 2003
China	47,324	57,219	57,807	30,519	36,392	27%
Vietnam	2,794	2,260	4,095	13,848	21,052	15%
Italia	13,746	17,056	17,567	18,483	17,210	13%
Macau (Macao)	1,570	2,028	3,154	12,220	10,092	7%
Taiwán (Taipei)	654	516	739	4,957	7,520	6%
Brasil	3,611	6,122	7,171	10,895	7,253	5%
Indonesia	815	533	399	4,841	6,915	5%
Estados Unidos	10,850	4,576	6,476	6,092	5,100	4%
Rumania	1,780	1,968	1,727	3,432	4,572	3%
Portugal	2,431	1,684	3,167	3,039	3,457	3%
SUB-TOTAL	85,576	93,963	102,303	108,325	119,562	88%
OTROS	13,427	14,763	16,143	20,649	16,714	12%
TOTAL	99,003	108,726	118,445	128,974	136,277	100%

Notas: Los valores expresados en miles de dólares americanos

Partidas incluidas : 64.03.40, 64.03.51, 64.03.91

Fuente: *Statistics Canada* . (Reporte date 19-mayo-2004)

Actualmente China, Vietnam e Italia lideran las importaciones de zapatos a Canadá con una participación del 26%, 15,1% y 12,6% respectivamente. Estos tres países abarcan el 54% del mercado. Un total de diez países concentra el 87% de las importaciones de este rubro en el año 2003.

Al igual que el mercado de maletas, el segmento medio bajo es abastecido por productos de precio reducido provenientes de Asia principalmente, sin embargo existe un nicho alto, que busca marcas de zapatos reconocidos y calidad, donde Italia se posiciona como el proveedor mas importante.

Vale la pena resaltar la caída en las importaciones provenientes de China, una baja del 36% en los últimos 3 años mercado que esta siendo tomado por Vietnam, quien representó los índices mas altos de crecimiento de exportaciones, pasando de US\$ 2.8 millones en 1999 a US\$ 21 millones en el 2003.

De esta manera la región de Asia muestra los mayores crecimientos en el año 2003. Taiwán con un 51,7%, inferior al crecimiento del período anterior (571%). Vietnam con un 50,1% y 238% para el 2003 y 2002 respectivamente. Indonesia con un 42,8% y 1115% para el 2003 y 2002 respectivamente.

Algunas empresas locales tienen sus centros de diseño de zapatos y mercadeo en Canadá pero maquilan o tienen sus centros propios de producción en estos países.

Colombia en este rubro se encuentra en el lugar número 47 con un 0,059% del mercado de las importaciones. Esto coloca a Colombia como el sexto país latino exportador en estos artículos a Canadá. Brasil se destaca como el primer proveedor latinoamericano ubicándose en el sexto lugar como proveedor de Canadá.

Brasil, único país latino ubicado en los primeros diez, muestra una caída del 33%, situación opuesta al 2002 donde había crecido un 30%.

Tabla 19. Principales países proveedores a Canadá de ropa de cuero

	1999	2000	2001	2002	2003	Participación 2003
China	43,804,283	71,321,458	70,466,776	77,249,529	77,541,490	64%
Italia	4,495,674	6,535,753	7,985,364	8,639,553	9,068,793	7%
Pakistán	4,223,149	6,567,873	7,872,051	7,210,653	8,084,945	7%
Estados Unidos	8,366,556	9,183,258	9,443,919	9,574,457	8,063,927	7%
India	4,008,218	7,548,329	10,196,687	6,838,231	7,200,873	6%
Turquía	1,631,571	2,469,519	3,957,286	3,517,719	3,408,296	3%
Corea del sur	2,992,033	3,630,753	2,706,995	2,482,595	1,332,488	1%
Francia	430,230	619,466	833,500	987,573	961,798	1%
Alemania	412,221	380,168	428,859	703,451	805,634	1%
Indonesia	1,081,537	1,177,505	1,149,472	1,062,714	713,621	1%
SUB-TOTAL	71,445,472	109,434,082	115,040,909	118,266,475	117,181,865	96%
OTROS	3,860,219	4,434,537	5,125,225	4,967,933	4,813,643	4%
TOTAL	75,305,691	113,868,619	120,166,134	123,234,408	121,995,508	100%

Nota: Los valores expresados en dólares americanos

Partidas incluidas : 42.03.10 42.03.30, 42.03.40

Fuente: **Statistics Canada . (Reporte date 19-mayo-2004)**

Actualmente China lidera las importaciones de ropa de cuero con una participación del 63.4%. Le siguen un grupo de 4 países muy parejos, Italia 7.4%, USA 6.6%, Pakistán 6.6% e India 5.9%. En conjunto los primeros cinco países acaparan el 89.9% del total de las importaciones en el año 2003.

En general los países proveedores no muestran mayores crecimientos, más bien hay una fuerte caída de algunos países como USA 15.5%, Corea del Sur 42.6% e Indonesia 32%.

En general se aprecia que China a mantenido un muy bajo crecimiento en las importaciones a Canadá en los últimos 3 años con valor casi nulo en el año 2003.

3.1.3. Consumo Aparente¹⁰

Tabla 20. Consumo aparente de la industria de manufactura de artículos de cuero.

NAICS 316 - Total cueros y productos aliados	1999	2000	2001	2002	2003
Producción	592,395	644,840	622,902	563,568	n-d
Exportaciones	280,041	296,116	275,442	282,601	263,812
Importaciones	1,468,100	1,567,941	1,560,827	1,605,647	1,702,206
Balanza	(1,188,059)	(1,271,825)	(1,285,385)	(1,323,046)	(1,438,394)
Consumo aparente	1,780,454	1,916,665	1,908,287	1,886,614	n-d
IE	32.66%	27.81%	28.10%	28.35%	n-d
CE	82.5%	81.8%	81.8%	85.1%	n-d

Fuente: Statistic Canada . Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

* IE: Intensidad de las exportaciones: Porcentaje del producto manufacturado localmente que es exportado. Para el cálculo se restaron las re exportaciones.

** CE: participación de mercado de competidores extranjeros. Porcentaje de importaciones que hacen parte del consumo aparente.

El consumo aparente de la totalidad de la industria manufacturera de todo tipo de artículos de cuero presenta altibajos en los periodos analizados, con un crecimiento importante en el 2001 y 2003. Para el año 2002 el consumo aparente total de esta industria fue de US\$ 1.89 billones de dólares. Donde el 85% pertenece a productos importados. La industria por su parte exporta un promedio del 28% de su producción local.

Cabe mencionar la industria de calzado representa el valor mas alto del consumo aparente.

En cuando a las subdivisiones de esta categoría industrial encontramos lo siguiente:

¹⁰ No existe una clasificación industrial específica para prendas de cuero, por lo cual se analiza el consumo aparente de calzado y artículos solamente.

Tabla 21. Consumo aparente de la industria de manufactura cueros y pieles teñidas y terminadas.

NAICS 3161 – Cueros y pieles teñidas y terminadas	1999	2000	2001	2002	2003
Producción	107,885	139,628	145,110	108,719	n-d
Exportaciones	62,407	59,720	62,430	57,320	42,083
Importaciones	213,340	273,006	244,900	235,140	218,944
Balanza	(150,933)	(213,286)	(182,469)	(177,820)	(176,861)
Consumo aparente	258,818	352,914	327,580	286,539	n-d
IE	46.68%	32.34%	26.05%	35.95%	n-d
CE	82.4%	77.4%	74.8%	82.1%	n-d

Fuente: Statistic Canada. Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

* IE: Intensidad de las exportaciones: Porcentaje del producto manufacturado localmente que es exportado. Para el cálculo se restaron las re exportaciones.

** CE: participación de mercado de competidores extranjeros. Porcentaje de importaciones que hacen parte del consumo aparente.

El consumo aparente de esta división de manufactura de cuero presenta una disminución constante a partir del 2001. Para el 2002 el consumo aparente registró US\$ 286 millones. Esta disminución del consumo de pieles y cuero teñidos se debe a su vez al decrecimiento de la industria manufacturera de artículos de cuero en el país donde estos productos son materia, y al crecimiento constante de las importaciones de productos terminados. Como se ve en el cuadro anterior la producción local ha disminuido y se esta exportando un porcentaje mas alto de la misma.

De igual manera, los proveedores internacionales vienen aumentando su participación en el consumo interno, el 82% del mercado aparente es de importaciones.

Tabla 22. Consumo aparente de la industria de manufactura de calzado.

NAICS 3162 – Calzado	1999	2000	2001	2002	2003
Producción	375,278	384,532	325,432	265,141	n-d
Exportaciones	143,899	156,668	131,647	136,094	125,337
Importaciones	919,019	942,904	960,903	1,001,633	1,050,474
Balanza	(775,120)	(786,235)	(829,256)	(865,539)	(925,137)
Consumo aparente	1,150,398	1,170,768	1,154,688	1,130,680	n-d
IE	22.90%	18.87%	23.05%	23.42%	n-d
CE	79.9%	80.5%	83.2%	88.6%	n-d

Fuente: Statistic Canada. Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

* IE: Intensidad de las exportaciones: Porcentaje del producto manufacturado localmente que es exportado. Para el cálculo se restaron las re exportaciones.

**** CE:** participación de mercado de competidores extranjeros. Porcentaje de importaciones que hacen parte del consumo aparente.

Al igual que el rubro anterior, la manufactura de calzado en el país ha presentado un decrecimiento muy importante en los últimos años, el 88.6% del mercado es abastecido por proveedores internacionales.

El consumo aparente ha mostrado cifras variables pero siempre dentro de un rango de US\$ 1.2 billones de dólares. Para el 2002, se presentó el consumo aparente más bajo registrado en los últimos años: US\$ 1.13 billones.

Tabla 23. Consumo aparente de la industria de manufactura otros artículos de cuero

NAICS 31699 – Otros cueros y productos aliados	1999	2000	2001	2002	2003
Producción	109,232	120,680	152,360	189,708	n-d
Exportaciones	73,735	79,728	81,365	89,187	96,392
Importaciones	335,741	352,031	355,024	368,874	432,788
Balanza	(262,006)	(272,303)	(273,659)	(279,687)	(336,397)
Consumo aparente	371,238	392,983	426,019	469,395	n-d
IE	52.35%	51.09%	40.84%	30.90%	n-d
CE	90.4%	89.6%	83.3%	78.6%	n-d

Fuente: Statistic Canadá. Industry Canada 2004. Valores en miles de dólares americanos.

* IE: Intensidad de las exportaciones: Porcentaje del producto manufacturado localmente que es exportado. Para el cálculo se restaron las re exportaciones.

** CE: participación de mercado de competidores extranjeros. Porcentaje de importaciones que hacen parte del consumo aparente.

Esta división presenta un crecimiento constante del consumo aparente, con incrementos tanto de manufactura local como de importaciones.

Para el año 2002, se presentó el consumo más alto registrado, de US\$ 469 millones.

Es importante notar que a diferencia de los demás rubros analizados, el porcentaje de participación de proveedores extranjeros ha disminuido paulatinamente, ubicándose en 78.6% en el 2002, mientras que la producción nacional se está concentrando en mayor medida en abastecer el mercado local.

3.2. Descripción del mercado

En esta sección se describirá el mercado canadiense general de vestuario y artículos donde se incluyen además aquellos de cuero.

En esta tabla se indican los gastos promedios familiares para los rubros primarios, incluyendo el vestuario donde se encuentran calzado, ropa y accesorios de cuero.

Tabla 24. Tabla resumen de la población total de Canadá por provincia, así como su incidencia en gastos de vestuario.

	Población (estimada a 2001)	Número estimado viviendas	Total gastos (promedio por vivienda)	Total consumo (promedio por vivienda)	Vivienda (sin gastos manutención)	Comida	Vestuario
Canadá	31.081.887	11.552.010	37,131	26,409	6,935	4,158	1,548
Ontario	11.874.436	4.302.710	41,390	29,186	8,124	4,333	1,742
Québec	7.410.504	2.953.150	32,275	22,600	5,511	4,080	1,361
Colombia Británica	4.095.934	1.520.870	36,890	27,011	7,582	4,220	1,427
Alberta	3.064.249	1.084.10	42,310	30,097	7,510	4,345	1,753
Manitoba	1.150.084	412.250	33,315	23,884	5,815	3,696	1,410
Saskatchewan	1.015.783	371.220	31,166	22,480	5,320	3,411	1,328
Nueva Escocia	942.691	355.160	31,441	23,341	5,744	3,638	1,294
Nuevo Brunswick	757.077	281.780	30,608	22,620	4,978	3,635	1,277
Labrador y Terranova	533.761	190.580	29,996	22,249	4,812	3,856	1,543
Isla del Príncipe Eduardo	138.514	50.580	30,841	22,622	5,269	3,867	1,310
Yukon	29.885	10.140	40.852	29,700	7,295	4,794	1,726
Territorios del Noroeste	40.860	12.790	43,910	31,009	8,091	5,321	1,698
Nunavut	28.159	6.670	34,220	26,020	4,807	7,713	1,407

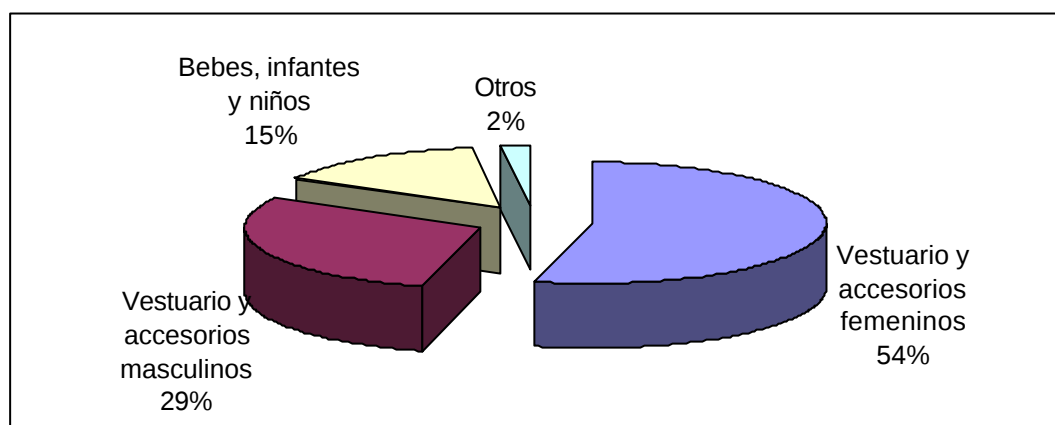
Fuente: Statistics Canadá 2001 (actualizado a Octubre de 2003) CANSIM tabla 203-0001. Valores en dólares americanos.

Se puede concluir que del gasto total anual por vivienda el 4.2% de este corresponde al ítem vestuario, con un promedio de US \$ 1,548 por año.

Mirando las provincias se observa que Alberta tiene un mayor consumo per capita en vestuario, pero debe considerarse que el tamaño poblacional es bastante bajo, aproximadamente 3 millones de habitantes. La provincia que resulta más atractiva es Ontario, siendo la más poblada con gastos en

vestuario de US\$ 1,742 dólares anuales per capita. Luego sigue Québec y British Columbia.

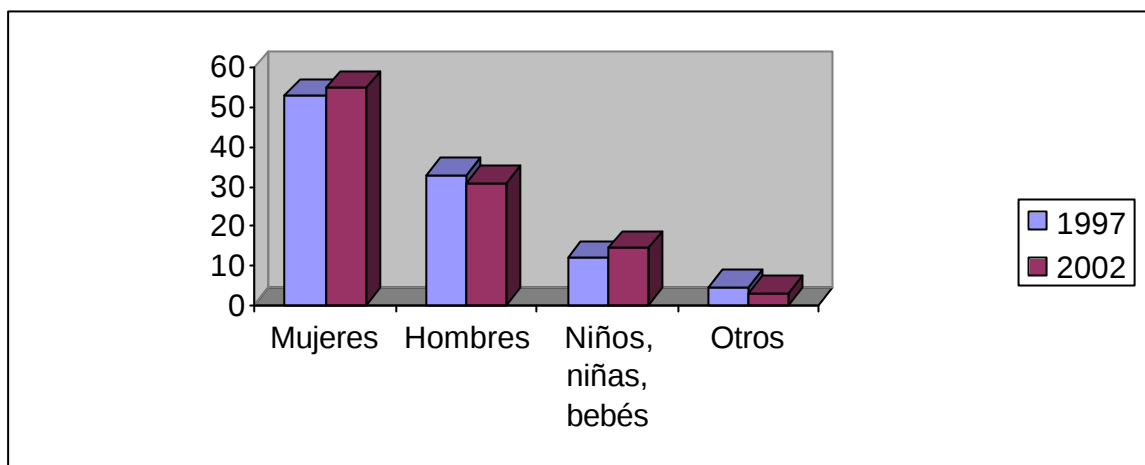
Gráfica 4. Distribución según segmento del mercado de cada dólar gastado en vestuario



Fuente: Statistics Canadá.

Analizando el gráfico de los US \$ 13.4 billones gastados en el rubro vestuario en general, US \$7,3 billones (54%) fueron gastados en prendas y accesorios femenino, seguido por US \$3.9 billones (29%) vestuario y accesorios masculinos con menor porcentaje del 15% siguen los niños y otros rubros.

Gráfica 5. Porcentajes del consumo total en vestuario y accesorios para todo Canadá.



Fuente : Statistics Canadá.

Como se aprecia en el gráfico el vestuario y accesorios masculinos muestran una leve baja en sus ventas en el periodo 1997 a 2002. Las ventas de vestuario y accesorio de mujeres y niños muestran un leve aumento en el mismo período.

Siguiendo el período antes señalado, las ventas del rubro vestuario, calzado y accesorios experimentan una leve baja en el año 2003 disminuyendo su porcentaje 18.6% en 2002 a 18% en 2003.

Este fenómeno se puede explicar en parte por la baja en el precio de vestuario y calzado de un 1.8% respecto al 2002. Las ventas de vestuario y accesorios femeninos no crecieron a una mayor tasa que las ventas de vestuario y accesorios de los hombres, las cuales fueron para el año 2003 homogéneas.¹¹

¹¹ ("Monthly Survey of Large Retailers"),

Tabla 25. Ventas anuales por producto para el grupo de grandes comerciantes

Venta anual por producto para el grupo de grandes comerciantes					
	2002	2003	2002 a 2003	2002	2003
	Millones de dólares		% de cambio	Porcentaje de ventas %	
Producto					
Comidas y bebidas	17.479	20.385	4.1%	32.1%	32.0%
Productos de belleza y cuidado personal	4.893	6.009	9.6%	9.0%	9.4%
Vestuario, accesorios, y calzado	10.126	11.457	1.0%	18.6%	18.0%
Muebles, artículos para el hogar y electrónica	8.195	9.634	4.9%	15.1%	15.1%
Houseware	2.508	2.934	4.4%	4.6%	4.6%
Herramientas, productos para el jardín	2.112	2.487	5.1%	3.9%	3.9%
Artículos de deporte y pasatiempo	2.845	3.360	5.4%	5.2%	5.3%
Otros bienes y servicios	6.234	7.389	5.8%	11.5%	11.6%
Total	54.390	63.655	4.5%	100%	100%

Fuente: Statistics Canadá. Febrero 2004

Nota: los valores aquí expresados corresponden a millones de dólares americanos, según tasas anuales promedio publicadas por Banco de Canadá. <http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>

Al comparar las tablas número ventas en las cadenas comerciales y la tabla número ventas al detalle, se observa como el comprador canadiense realiza la mayor parte de sus compras en las principales cadenas o tiendas especializadas.

Tabla 26. Ventas al detalle por sector

Ventas al detalle por sector			
	2002	2003	2002 a 2003
	En millones de dólares		% variación
Muebles	11.633	13.886	6.5%
Alimentación	42.556	50.085	5.0%
Farmacia	9.893	11.609	4.7%
Mercadería general	21.545	24.960	3.4%
Total, todas las tiendas	195.229	225.492	3.1%
Otros	20.761	23.913	2.8%
Vestuario	10.287	11.737	1.8%
Automóviles	78.554	89.302	1.5%

Fuente: Statistics Canadá. Febrero 2004

Nota: los valores aquí expresados corresponden a dólares americanos, según tasas anuales promedio publicadas por Banco de Canadá. <http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>

3.3. Características de la demanda

3.3.1. Perfil del comprador

El comprador de prendas de cuero es bastante particular y se analizara de acuerdo al tipo de producto.

- **Calzado**

En el caso de las botas de seguridad el perfil del consumidor esta dado por los trabajadores de fabricas quienes requieren de un calzado de protección. Dependiendo del tipo de trabajo al cual este es sometido será la decisión de la compra del calzado. Un 70% de los clientes corresponde a hombres y un 30% a mujeres, quienes se sienten a gusto con los modelos unisex o más bien masculinos, pero en tallas más pequeñas para ellas.¹² El consumidor de botas de seguridad una vez que encuentra el tipo de calzado que le es cómodo y le da la confianza permanece fiel a la marca, remplazando cada año el calzado en la misma tienda, se genera una relación con el vendedor quien guía y aconseja la compra.¹³ Además se encuentran los funcionarios de las distintas fuerzas armadas, militares, aviadores, navales incluyendo la policía, bomberos y funcionarios de servicio público como basureros y personal de servicio.

¹² Entrevista Vince Hemington, Dayton Shoes

¹³ Entrevista Michel Lamoureux, Security 58

En cuanto al calzado de cuero tradicional, no existe una descripción exacta del comprador, ya que es un producto consumido tanto por mujeres como hombres de todas las edades.

Se nota sin embargo una mayor variedad de calzado femenino y una demanda mas alta, que a su vez depende de las estaciones, el calzado difiere mucho en diseño, materiales y colores dependiendo del periodo del año.

Particularmente las botas se utilizan en otoño e invierno, para esta última estación el consumo es muy alto y el producto debe tener unas características específicas para proteger del frío y la nieve. La demanda mas alta de vestuario en general y zapatos se ve en estas estaciones, sobre todo en Septiembre en la entrada al colegio.

El consumidor de calzado de cuero se puede clasificar en segmento bajo, medio y alto. Aquellos pertenecientes al primer segmento buscan productos de precio accesible donde la calidad no es muy importante, no son fieles a las marcas. Mientras que los compradores de segmento alto están dispuestos a pagar un precio mas alto por calidad y sobre todo por una marca reconocida, son fieles a ciertos puntos de venta y marcas.

En general todos los segmentos compran zapatos nuevos para cada temporada.

- **Maletas y Maletines**

En el caso de maletines, el perfil del consumidor potencial mas importante es para individuos mayores de 25-30 años, buscan un maletín de cuero y están dispuesto a pagar por el. Las mujeres son el principal comprador, comprando no solo para ellas, sino que son ellas quienes compran o asesoran a sus maridos. Otro cliente, son bs padres de los estudiantes, quienes tienen el poder adquisitivo y regalan el maletín a sus hijos al comenzar el periodo escolar.¹⁴

Generalmente los compradores de maletas y maletines de cuero tienen un poder adquisitivo mas alto que aquellos que compran estos productos en otros materiales.

Para el caso de los bolsos de mano, el mayor cliente son las mujeres, con un comportamiento de la población similar al antes descrito, cabe destacar

¹⁴ Entrevista vendedores Access y The Bay.

que en este caso el rango de edad de 25 a 35 años compra una cantidad considerable de accesorios y bolsos de mano. Este cliente busca un bolso de buena calidad, de moda, combinable con varias prendas, según opiniones obtenidas en los estudios de campo, las clientas preguntan el material del cual está hecho el bolso de mano, teniendo mejor reputación los fabricados en Italia. Las jovencitas entre los 17 a 23 años compran una cantidad importante en bolsos de mano, no necesariamente de cuero, pero es un importante cliente por la cantidad y potencial a futuro. El bolso de mano pasa de ser un prenda útil para cargar artículos personales a una decoración del vestuario, por ello los colores y diseños comprados son muy variados, donde la marca es importante, a pesar de no ser de cuero, un bolso puede tener un alto valor por el solo hecho de tener la etiqueta ¹⁵.

Al igual que en calzado existen segmentos bajo, medio y alto con el mismo comportamiento descrito anteriormente.

En cuanto a otros artículos como billeteras tanto hombres como mujeres compran este tipo de producto, generalmente hay mas demanda por personas mayores de 25 años. Es también un artículo que presenta altas ventas para regalos.

- **Prendas de vestir de cuero**

En el sector vestuario, chaquetas, pantalones, faldas de cuero un tercio de los compradores se sitúa entre los 35-50 años. Tienen un buen nivel de vida con ingresos altos y compran una prenda por estación. Sus gustos son con tendencia clásica, buscan lo práctico y que se pueda usar para el trabajo, de día o de noche. Buscan elegancia, distinción y verse bien vestidos con un cuero de res más resistente y clásico, predominan el color negro, beige.¹⁶

El grupo principal son los *Baby Boomers*, alto poder adquisitivo dado un trabajo estable que le permite darse lujos en cuanto a vestuario y otras comodidades como viajes, autos caros y otros. Si bien no compran más en términos de cantidad, si están dispuestos a pagar más por calidad¹⁷.

Luego lo sigue el grupo de 25 a 35 años quien presenta una tendencia más deportiva, comprando mas prendas por año, y más de una por temporada siendo el potencial que muchas empresas están buscando. A pesar de no tener poder adquisitivo tan alto compran mas cantidad y es el nicho que interesa a las tiendas, atrayendo estos compradores se aseguran un potencial cliente en el futuro, en el caso de Danier, existe una tarjeta la cual

¹⁵ Entrevista vendedores Access

¹⁶ Entrevista Encargado de Compras Danier

¹⁷ Fuente: www.infomat.com/research/infre0000333.html

da crédito para comprar en sus tiendas, así la compra se puede hacer en cuotas, esta idea resuelve el limitante de dinero.

Las prendas compradas por este sector son más audaces, muy a la moda con colores más vistosos y son hechas con cuero de ternera el cual es mas caro, pero da un resultado más ligero a la textura, por lo cual es mas stretch más moldeable y hace posible un corte mas ajustado.¹⁸

Los hombres en general son menos segmentados, buscan lo práctico al vestir y la elegancia y la compra es mas de chaquetas no de otras prendas de vestir de este material.

Las prendas de cuero tienen mas demanda durante el otoño e invierno. Sobre todo hay un nicho importante para guantes que deben ser utilizados desde Octubre a mas o menos los meses de Abril y Mayo en la mayoría de las provincias.

- **Otros**

En el sector cueros aparece otro grupo de clientes con un gran potencial: Son los motociclistas, quienes tienen el poder adquisitivo para una motocicleta de \$20 mil dólares, quiere el mejor calzado y prendas que hagan juego a su estilo único. ¹⁹Es un nicho pequeño, pero que busca la calidad y esta dispuesto a pagar más por ella.

Un tipo de cliente menos conocido, pero considerable en el mercado canadiense son los alternativos “góticos” vestidos entero de negro. Aquí el perfil del cliente es mayoritariamente joven con ingresos promedios pero que busca algo exclusivo de acuerdo a su moda con incrustaciones metálicas y con bastantes cierres y bolsillos. Este grupo esta dispuesto a pagar chaquetas y demás prendas.²⁰ Este nicho es pequeño y sus características únicas, muchos de ellos a pesar de tener una apariencia física agresiva son dóciles y amables al trato, muy preocupados por temas medioambientales, por ello un gran porcentaje son vegetarianos, no usan cuero sino el llamado “pleather” (plastic-leather) el cual es de muy buena calidad y luce como cuero natural. El cliente varía desde los 11 a 17 años, son los padres quienes les compran brazaletes, collares y cinturones, los góticos de mayor edad visten con exclusivos diseños de hasta \$400 dólares.

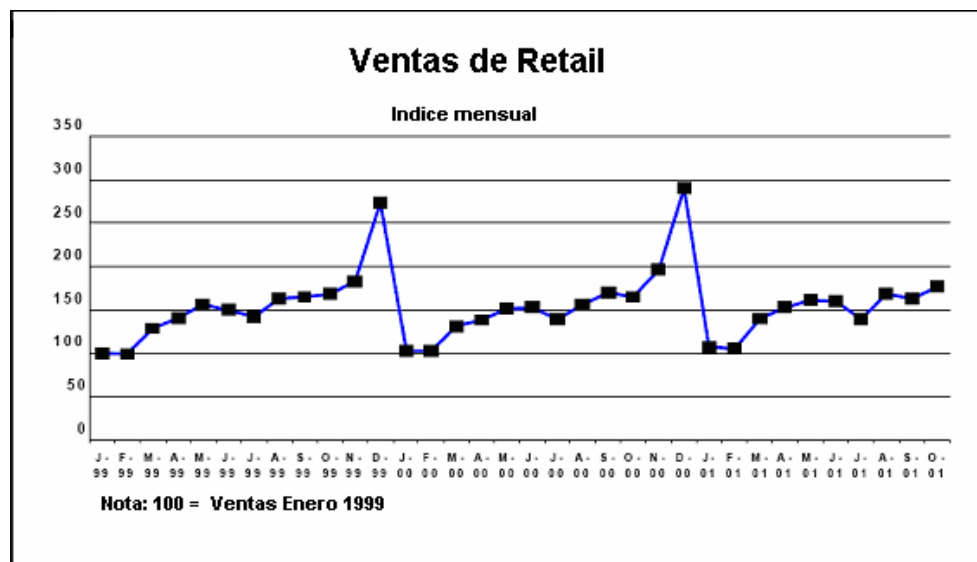
¹⁸ Entrevista vendedores Danier

¹⁹ Entrevista Vince Hemingson, Dayton Shoes

²⁰ Estudio de campo centro comercial Rideau Centre, Ottawa.

3.3.2. Periodos de Compra

Gráfica 6. Ciclo de compras de vestuario y accesorios en Canadá.



Fuente: TRENDX

Las prendas y ropa de cuero se compran durante todo el año, con un marcado aumento en los meses de Noviembre y Diciembre.

Los canadienses compran cada temporada del año, prendas y artículos que dictan la moda de ese momento, es un país que se rige por las estaciones y cada una de ellas trae consigo nuevos diseños, colores y tendencias. En general se presentan mayores compras durante el otoño y el invierno.

Es así como el consumidor puede comprar una o más carteras por temporada, lo mismo ocurre con el calzado en general e incluso consumidores con mayor poder adquisitivo, compran cada temporada chaquetas, blazer, o prendas de cuero que superan los US \$ 100 .

Las tiendas compran sus mercancías con 4 a 6 meses de anticipación a la venta.

Las dos principales estaciones de compra de mercancía son otoño/invierno y primavera/verano.

Para las órdenes de la temporada otoño/invierno, las muestras son enviadas en Septiembre para hacer los pedidos en Junio. Las tiendas hacen su inventario general en Agosto y Septiembre, media temporada

(Navidad) los envíos son en Noviembre y las liquidaciones se llevan a cabo en Enero.²¹

Para las órdenes de la temporada primavera/verano, las muestras llegan en Febrero, los envíos comienzan en Noviembre, inventario general se realiza en Febrero del año siguiente y las liquidaciones finales son en Julio.

En el caso de las maletas, los periodos de compra son fuertemente relacionados con las vacaciones, donde la gente viaja a distintos lugares dentro y fuera del país. Estas se compran en épocas de vacaciones en los meses de verano (Junio-Julio) y navidad (Diciembre).

En el caso de maletines y porta documentos se venden en períodos muy específicos como son el de regreso a clases (Agosto- Septiembre) o Navidad. Las grandes tiendas como Sears o The Bay venden en esos periodos, pudiéndose encontrar algo de stock sobrante en el mes siguiente, luego no se vuelven a vender hasta la próxima temporada.²² Para esto hay tiendas especializadas donde venden bolsos de mano, maletines, portafolios y marroquinería durante todo el año. Caso similar ocurre con los guantes de cuero.

²¹ Fuente: TFOC

²² Entrevista vendedores Sears- Canada.

4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

4.1. Situación actual de la competencia

Las materias primas son importadas de todo el mundo teniendo mejor reputación dentro de los fabricantes las italianas y brasileñas, también se importa gran cantidad desde China e India por sus precios convenientes.

Como se ha descrito a lo largo del estudio, es muy difícil competir con los productos asiáticos, a pesar de la distancia y teniendo en cuenta que el costo del flete puede ser mayor, sus bajos costos en el salario de la mano de obra, la cual es bien calificada, hace muy difícil competir con ellos. Esto ha repercutido negativamente en la producción nacional, cerrando muchas compañías²³ o incluso trasladando sus plantas de producción hacia países como Bangladesh.²⁴

Es por ello que las manufacturas canadienses han enfocado su producción a algo más exclusivo donde la calidad es el factor competitivo, concentrándose en un nicho de segmento alto. De esta manera tienen un nicho de consumidores tanto en el ámbito nacional, como internacional exportando mayoritariamente a los Estados Unidos, Europa y Japón.²⁵

Canadá se enfoca en la alta calidad y el desarrollo de tecnologías que permitan hacer las prendas más durables, resistente y cómodas al andar no requiriendo de especiales cuidados por parte del usuario como es la revolucionaria tecnología CareFree Leather(TM), proceso usable en todo tipo de cueros: res, puerco, cordero y todo tipo de prendas desde calzado hasta bolsos de mano; haciéndolos resistentes al agua, con buena aireación y no requiere cuidados especiales por parte del usuario.²⁶

Así mismo Canadá se interesa en la exclusividad de sus productos, ofreciendo una altísima calidad, confección y diseños únicos que satisfacen a un cliente más exigente. En este sentido el servicio post venta ofrecido es muy importante, teniendo garantía de satisfacción y generando una relación vendedor-comprador muy estrecha.²⁷

²³ Entrevista Bench Craft Leather Inc.

²⁴ Caso de Roots Canada

²⁵ Según datos de exportacion-Seccion Comercio Exterior

²⁶ e-relese:(Noticias electronicas) Carefree Leather(TM) And Suede Revolutionizes Industry, Announces All About Technologies MONTREAL, QUEBEC - Feb. 7, 2002

²⁷ Entrevista Bench Craft Leather Inc

Dentro de las principales empresas manufactureras en el país se encuentran las siguientes:

Tabla 27. Manufactureros de Cuero en Canadá

NOMBRE	Información	Sitio Internet- Contacto	Dirección	Teléfono y Fax
BOD & CHRISTENSEN	Creada en 1994, Montreal, líder en cueros y prendas de vestir de cuero.	http://www.bodchristensen.com	99 Chabanel W., Suite B-1 Montreal, Québec, H2N 1C3, Canadá	514-383-7161 514-383-7600
Hilary Radley	Situada en Montreal, es numero uno en diseño innovador en Norteamérica	http://www.hilaryradley.com	845 Plymouth Mont-Royal, Québec, H4P 1B2, Canada	514- 737-4300 514- 737-8560 1-800-3611443
Oscar Leopold	Creada en 1985 en Montreal excelencia en cueros	http://www.oscarleopold.com	555 Chabanel West, Suite 1001 Montreal, Québec, H2N 2H8, Canadá	514-388-0502 514-388-1296
Roots	Establecida hace 26 años, es la compañía canadiense más grande que combina la manufactura y venta de prendas de cuero y demás.	http://www.roots.com	1162 Caledonia Road Toronto, Ontario, M6A 2W5, Canadá	416-784-1255 416- 784-0045
Group5 Leathers	Productores de cueros de alto y mediano precio. Marcas incluyen Jhane Barnes, Guy Laroche and Group 5 Leathers	David Rich – President	103-85 Adelaide St Winnipeg, Manitoba, R3A 0V9, Canada	204-942-3494 204-943-5813
49th Apparel Ltd	Winnipeg, especializados en prendas de vestir de cuero	Mark Yukelis - President	3rd Flr. 310 Ross Ave. Winnipeg, Manitoba, R3A 0L4, Canada	Tel: 204-943-8884 Fax: 204-943-8889
Rudsak Leather Co. Inc.		http://www.rudsak.com	555 Chabanel W., Ste. 1203 Montreal, Québec, H2N 2H8, Canada	Tel: 514-389-9661 Fax: 514-389-5414
Peerless Garments Ltd	Localizada en Winnipeg desde 1941, una de las más grandes compañías locales en cuero y abrigos de invierno.	http://www.peerless.mb.ca	515 Notre Dame Ave. Winnipeg, Manitoba, R3B 1R9, Canada	Tel: 204-774-5428 Fax: 204-786-7976
Northbound Leather	Empresa que sirve a	http://www.northbound	7 St. Nicholas Street	Tel:

Entrevista Dayton Shoe Company

Estudio de Mercado "Artículos de cuero en Canadá"

NOMBRE	Información	Sitio Internet- Contacto	Dirección	Teléfono y Fax
	grupos alternativos y clientes más excéntricos.	.com	Toronto, Ontario, M4Y 1W5, Canada	416-972-1037 Fax: 416-975-1337
ITA LTD	Exclusiva colección "Dominic Bellissimo "	http://www.ita.ca	84 Wingold Ave. Toronto, Ontario, M6B 1P5, Canada	Tel: 416-780-9000 Fax: 416-780-9010

Fuente: Consultores, Statistics Canadá. Directorios.

Tabla 28. Manufactureros de Botas de Seguridad Canadiense

NOMBRE		Sitio Internet	Dirección	Teléfono y Fax
Boulet Inc	Total Sales (\$CDN): \$10,000,000 to \$24,999,999 Export Sales (\$CDN): \$1,000,000 to \$4,999,999	http://www.bouletboots.com	501, rue Saint-Gabriel SAINT-TITE, Québec G0X3H0	Tel: 418-3655174 Fax: 418-3653330
Canada West Shoe Manufacturing Inc	Botas de seguridad, y de trabajo experiencia exportadora	http://www.canadawestboots.com	1250 Fife St. WINNIPEG, Manitoba R2X 2N6	Tel: 204- 632-4110 1-800.665-7488 Fax: 204-694-3831
Chaussures Vercorp Inc	Total Sales (\$CDN): \$1,000,000 to \$4,999,999	vercorp.choes@globetrotter.net	420, rue Principale VALLÉE-JONCTION, Québec G0S 3J0	Tel: 418- 253-6968 Fax: 418-253-6333
Dayton Shoe Company Ltd.	Total Sales CN \$500,000 to \$999,999	http://www.daytonboots.com	2250 East Hastings St. VANCOUVER, British Columbia V5L1V4	Tel: 604-2536671 Fax: 604- 2538163
Hichaud Inc	Total Sales (\$CDN): \$1,000,000 to \$4,999,999 Export Sales (\$CDN): \$200,000 to \$499,999	http://www.hichaud.com	2485, boul. Neuvialle QUÉBEC, Québec G1P 3A6	Tel: 418-682-0782 Toll Free: 1-800.8590782 Fax: 418- 682-0318
Kodiak Group Inc	Total Sales (\$CDN): \$25,000,000 to \$49,999,999	http://www.kodiakboots.com	101-6700 Century Ave. MISSISSAUGA, Ontario L5N 2V8	Tel: 905-567-0030 Toll Free 1-8002635903 Fax: 905-567-0800
L.P. Royer Inc	Total Sales (\$CDN):	http://www.lproyer.com	C.P. 160 LAC-DROLET,	Tel: 819-549-2100

NOMBRE		Sitio Internet	Dirección	Teléfono y Fax
	\$5,000,000 to \$9,999,999 Export Sales (\$CDN): \$200,000 to \$499,999		Québec G0Y 1C0	Toll Free 1-8005677693 Fax: 819- 549-2584
Tatra Shoe Manufacturing Inc.	Total Sales (\$CDN): \$1,000,000 to \$4,999,999 Export Sales (\$CDN): \$500,000 to \$999,999	www.tatra.on.ca	P.O. Box 86 DUNNVILLE, Ontario N1A 2X1	Tel 905-774-7585 Fax: 905-774-7586
Terra Footwear Limited	Total Sales (\$CDN): \$25,000,000 to \$49,999,999 Export Sales (\$CDN): \$1,000,000 to \$4,999,999	http://www.terrafootwear.com	103-5409 Eglinton Ave. W. ETOBICOKE, Ontario M9C 5K6	Tel: 416- 695-3464 Fax: 416- 620-4541
TJ. Samson Group Ltd.		http://MelnickSales.netfirms.com	111 Chabanel St. W. MONTRÉAL, Québec H2N 1C8	Tel: 514-904-0562 Toll Free 1-866 8572676 Fax: 514- 904-0563
Triquest Industrial Solution		dwatson.triquest@sympatico.ca	40 Livia Herman Way BARRIE, Ontario L4M 6X1	Tel: 705- 792-0368 Fax: 705-792-6145

Fuente: Consultores, Statistics Canadá. Directorios.

4.2. Productos existentes en el mercado

Los productos y accesorios se encuentran a la venta en plazas tales como:

- Tiendas por departamento (The Bay, Sears, Zellers, Walmart)
- Tiendas especializadas- Access, Danier, Dayton shoes, Bentley.
- Outlets o tiendas de descuento
- Otros: Homedepot para zapatos de seguridad
- Internet: Muchos de los productos están a la venta a través del internet, ya se promocionado por la empresa o por terceros. Así hay sitios que se especializan en la venta de calzado de seguridad o bien chaquetas y accesorios para los motociclistas.

4.2.1. BOTAS DE SEGURIDAD²⁸

La industria canadiense manufacturera del calzado contempla una amplia gama cuya materia prima es cuero, goma, y otros materiales sintéticos. Con una variedad para hombres y mujeres en botas y zapatos, así como también calzado especial de invierno.

En el caso del sector cueros en general, es muy difícil competir con los productos importados, por su bajo costo, dado la mano de obra mas barata. Canadá se diferencia ofreciendo un producto de mayor calidad, por ejemplo la compañía Dayton Shoe, ofrece una bota de seguridad hecha a mano, con las mejores materias primas disponibles para cada parte del calzado. El resultado es una bota de altísima calidad, durabilidad y un servicio al cliente de excelencia.

Es así como las botas de seguridad provenientes de Asia (China, Taiwán, Vietnam) pueden ser encontradas a un valor de \$75 -\$120 dólares, durando de 6 meses a un año²⁹, estas en cambio rodean los \$300 reportándose durabilidad de incluso 20 años, pudiendo cambiar la suela si está desgastada por un valor aproximado de \$90 dólares.

El trabajador es el responsable de comprar su bota, pero el empleador esta en la obligación de asegurarse que sus empleados tengan la ropa y calzado adecuados para el tipo de trabajo, por eso los empleadores dan una ayuda económica al año destinada al ítem vestuario y calzado que rodea los \$120. De no ser usado este dinero se pierde. Por ello que los trabajadores se ven forzados a comprar una bota más barata cada 6 meses a 1 año. Empresas canadienses conociendo esta problemática están en conversaciones con las uniones de trabajadores para ver la posibilidad de tener un bono económico mayor y así poder adquirir este tipo de bota de mayor calidad y durabilidad.³⁰

Las botas de seguridad son esenciales para prevenir potenciales accidentes en el lugar de trabajo. Hoy hay una variada oferta con diversos diseños y modelos que van desde la clásica bota de seguridad hasta calzado de seguridad que se ve y siente como una zapato para correr.

Como se menciona es el empleado el responsable por la compra de la bota de seguridad, aunque el empleador ayuda económicamente en el pago de este. Por eso muchas veces no hay una guía específica en cuanto a que

²⁸ OHS Canada-2004

²⁹ Precios encontrados en Walmart, Canada.

³⁰ Entrevista Dayton Shoes

producto comprar y el consumidor compra un producto no adecuado al tipo de trabajo que realiza.

Las botas de seguridad duran de seis meses a un año, dependiendo del tipo de trabajo y las condiciones climáticas.

EL calzado de seguridad debe de estar certificado por la Asociación Canadiense de Estándares (CSA-por sus siglas en Ingles.)

Casco para los dedos de los pies: protege los dedos de posibles caídas de objetos pesados o cortantes. Todas las botas de seguridad certificadas por la CSA tienen casco protector de dedos y su grado depende del nivel de impacto que resiste.

Suelas con relieve resistente: Protege al pie de pisar objetos filosos

Suelas resistentes a golpes eléctricos: Suelas con propiedades aislantes a los golpes eléctricos

Bota disipante de estática: previene la generación de estática en áreas con material inflamable o que pueda dañar al equipo.

Calzado conductivo: previene generación de electricidad estática en lugares de trabajo con materiales altamente volátiles. CSA no tiene estándares para este tipo de bota.

Protectores Metatarsal: Protege el arco del pie debajo de los dedos de caídas de objetos pesados. CSA no tiene estándares para este tipo de bota pero si en requerimientos en el diseño del casco.

Antiresbalante: Con suela de material pegajoso que previene los resbalones. No existen estándares para este tipo de bota ya que influyen mucho las condiciones del lugar de trabajo.

Soporte del tobillo: CSA recomienda botas de caña alta de 260 mm.

Antifatigantes: Se refiere a la comodidad, como absorción de impacto y ligereza de materiales. Al ser un factor subjetivo CSA no tiene estándares.

Aislamiento Térmica: con recubiertas especiales para las temperaturas bajas, CSA no tiene estándares para esta categoría.

Resistencia Química: Varían dependiendo del trabajo, CSA no tiene estándares.

Resistencia al agua: de goma, plástico o cueros tratados.

Especiales:



Símbolo para CANADA: Por si solo significa que esta certificado para el mercado Canadiense.



Símbolo SA con los indicadores "C" , "US" o "NRTL/C" significa que es certificado tanto para el Mercado Canadiense como el Americano, cumpliendo todos los requisitos y estándares establecidos.



Fuente: CSA-Internacional

http://www.csa-international.org/who_accepts_csa/Default.asp?language=English



Fuente: Caterpillar

4.2.2. MALETAS Y MALETINES

Un estudio realizado por la Asociación Canadiense³¹ de productores de maletas y maletines (LLHA) revela que en el año 2000 la mayor cantidad de ventas de maletas se realizaron en las tiendas por departamentos y los maletines se vendieron más en tiendas especializadas y tiendas de descuento.

También el estudio mostró que la mayor cantidad de unidades vendidas fue para las maletas de viaje con un 56%, le sigue los maletines deportivos 30%, maletines 12% y maletines para computadoras 2%. Los principales compradores fueron las mujeres con 53%, hombres 38% y los niños y adolescentes 9%.

En Canadá se pueden encontrar diversas marcas producidas en diferentes partes del mundo como China, U.S.A, India, Colombia, Corea del sur, Italia, Hong Kong, Tailandia, Francia y Alemania. La mayoría son comercializadas por distribuidores, agentes y sucursales de las compañías en el país.

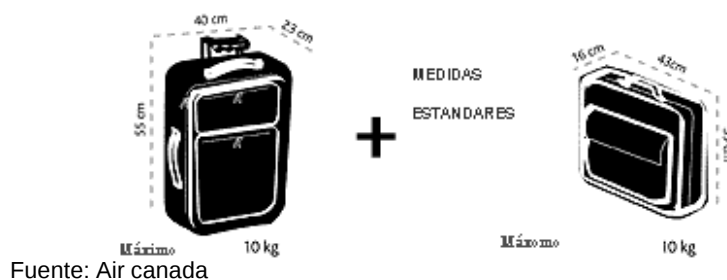
Las maletas y maletines son artículos hechos en cuero usados para almacenar ropa, documentos y otros accesorios utilizados por los consumidores ya sean en viajes de placer o de negocios.

Dentro de las características que deben tener algunos de estos artículos podemos nombrar que las dimensiones de las maletas deben estar de acuerdo con las limitaciones al equipaje estipuladas por las aerolíneas y organismos internacionales como IATA.

Las maletas deben de tener una medida promedio de Largo + ancho + alto de 158 cm (62 pulgadas) y pesar menos de 32 kilos (70 libras).

En el caso de los maletines o maletas de mano que viajan con el pasajero, no debe de exceder de los 10 kilos y sus medidas se ilustran en la siguiente figura.

³¹ Luggage, Leathergoods, Handbags & Accessories Association of Canada.
Postal Station A P.O. Box 144 Toronto, Ontario - M9C 4V2



El almacenamiento otorgado por las maletas para accesorios debe ser adecuado a los diferentes tipos de artículos para los cuales están hechos, como compartimentos para zapatos, vestidos, elementos de aseo y otros. También es importante la facilidad, el manejo y transporte de la maleta por parte del usuario, lo cual ha llevado a la tendencia marcada en el uso de maletas con llantas estilo patines en línea y manijas tubulares en aluminio, las cuales se liberan con presionar un botón.

En el mercado Canadiense se ofrecen maletas hechas de diferentes materiales, pero las que tienen mayor acogida son las maletas hechas en Nylon balístico. La resistencia de este material hace al producto confiable, durable, lavable y garantizan una vida útil de 5 a 10 años, lo cual es aprovechado por los productores para ofrecer la vida útil del producto por este tiempo. Adicionalmente, el respaldo al servicio al cliente lo brindan en el ámbito mundial. Los accesorios y manijas de las maletas son removibles mediante tornillos, lo cual hace prolongar la vida útil de estos artículos. Los colores que más se encuentran en el mercado son negros, grises, verdes, azules y rojos.

En cuanto a las maletas en cuero para viaje en general tienen manillas laterales, cierres expansibles para adicionar capacidad cuando sea necesario, puede ser uno o dos compartimentos principales, bolsillos laterales, cierre central en forma de U, correas ajustables para cargar al hombro y mangos de aluminio tubular con llantas de patines en línea. Los tamaños de estas van desde 15 pulgadas hasta 29 pulgadas. También se es frecuente encontrar grupos (sets) que incluyen maletas de varios tamaños y estilos, por lo general estos "sets" vienen en grupos de tres o cuatro maletas con tamaños y funciones diferentes.

En los maletines el mercado esta dirigido a los ejecutivos. Se pueden encontrar maletines en cuero en colores café, vinotinto y negro, no es frecuente encontrar maletines en cuero vaqueta y la mayoría son producidos por compañías italianas. Estos artículos vienen en su mayoría con bolsillos interiores y organizadores para tarjetas de negocios, lapiceros, calculadoras, celulares y Portafolios para documentos y pasaporte. Por lo general vienen con candado numérico o de llave, pueden ser de materiales de seguridad como madera o metal, forrados en cuero, o simplemente ser

de cuero en su totalidad. Estos productos también son hechos con las medidas que regulan las aerolíneas para maletines que son llevados dentro de la cabina del avión. Algunos maletines son usados para llevar computadoras personales y documentos personales.

Los bolsos de mano se encuentran en variadas formas, diseños y colores. Fuertemente influenciado por tendencia de la moda. EL bolso de mano debe de cumplir con la función práctica de poder llevar los artículos personales tales como billeteras, agendas, maquillaje y documentos entre otros. Los colores mas frecuentes son el negro, café, burdeo durante los meses de invierno y otoño, y colores mas audaces como rojo, verde, rosado y blanco durante los meses de verano. Algunos bolsos vienen con su accesorio incluido como el caso de monederos y billeteras. EL bolso de mano es considerando una prenda imprescindible en el vestuario no solo por su función práctica, sino que pasa a ser toda una decoración al vestuario.³²

MALETINES Y BOLSOS



³² Entrevista Daniel y Sears.





Fuente: Danier

4.2.3. ROPA DE CUERO

La industria canadiense de ropa de cuero y artículos de cuero se caracteriza por una producción limitada y diseños exclusivos lo cual es apreciado por los consumidores.

Los cueros usados como importados como materias primas tienen un impuesto al entrar a Canadá, sumado al alto costo de mano de obra canadiense resulta en las prendas de cuero llegan con un precio más elevado de venta al detalle que las prendas importadas. Se explica así que las prendas de cuero importadas tengan un impuesto mayor al entrar al mercado para proteger la industria nacional.

Las prendas de vestir de cuero importadas de menor precio han logrado su espacio en el mercado canadiense, encontrándose variedad de productos de bajo a moderado precio. Las prendas de calidad superior y mayor precio son confeccionadas con cuero de primera calidad y mano de obra especializada y se venden en tiendas exclusivas junto con prendas provenientes de Europa.

El diseño de las prendas de cuero tiene una marcada influencia Europea. Hay muy poco corte y confección de prendas de cuero con diseños propios

canadienses, lo que existe está centrado en Montreal y Toronto. Los franco-canadienses son más aventureros en lo que se refiere a moda y estilos que el resto de Canadá, los cuales son más conservadores, pero dispuestos a experimentar un poco con colores.

El negro sigue siendo la preferencia, luego el color natural como beige y piel. Los colores oscuros se usan más durante los meses fríos de otoño e invierno, y colores más audaces durante los meses de primavera donde se ven colores más cálidos en los meses de Abril a Junio y más coloridos en los meses de verano. La ropa de cuero se usa mayoritariamente durante los meses más fríos, como las chaquetas, faldas, pantalones considerándose estar a la moda.

Los canadienses tienden a conservar sus prendas de vestir por varias temporadas por lo que se prefiere la mejor calidad en relación con el precio que pueden pagar. Abrigos y chaquetas de cuero son recubiertos por dentro con lana o piel de diferentes características dependiendo del clima y diseño. La recubierta de material como el Thinsulate® es muy conveniente por ser livianas y no añadir más peso a los abrigos y chaquetas siendo más cómodos.

Una amplia gama de prendas de cuero es usada para el trabajo, ropa deportiva, prendas de día y de noche. Hay una constante demanda por prendas de vestir de cuero cómodas para viajar y que no pasen de moda fácilmente.

En la ropa de cuero para mujer se encuentran tallas pequeñas, regulares y extra grandes. Se observa una casi nula demanda por ropa de cuero para niños.

La ropa de cuero es vendida en tiendas de especialidad como *Danier Leather*, boutiques y tiendas por departamento.³³

³³ TFOC. Trade facilitation office

ABRIGOS Y CHAQUETAS HOMBRE





BLAZER HOMBRE



TOPS HOMBRE



PANTALONES HOMBRE



PANTALONES MUJER



FALDAS MUJER



ABRIGOS Y CHAQUETAS MUJER





MUJER



BLAZER



TOPS



Fuente: Danier

4.2.4. ARTICULOS DE CUERO

Existe una amplia gama de artículos y accesorios de cuero en el mercado canadiense. En el que se incluyen billeteras, monederos, mochilas, guantes, cinturones, portafolios, agendas, correas de relojes. Cada una se ofrece en variados colores, tamaños, precios, estilos desde el clásico al más audaz.

Los accesorios son vendidos en zapaterías, maletterías, y tiendas especializadas de venta de artículos de cuero y tiendas por departamento.

Los guantes, cinturones, y otros accesorios de cuero se venden en tiendas especializadas y por departamento y las maletas y bolsos de mano con sus respectivos accesorios como billeteras, monederos y agendas se encuentran preferentemente en las maletterías, aunque hoy las tiendas por departamento ofrecen nuevas secciones de especialidad que igualan las malaterías y sus productos.

Algunos de los sectores que presentaron un crecimiento interesante en los últimos años fueron los de las talegas de Golf, maletines para herramientas, morrales, tulas y otros contenedores de cuero. Las importaciones de este tipo de productos han aumentado reflejando el creciente interés en el golf y otros deportes, por parte de un sector de la población cada vez más amplio que incluye jóvenes y adultos mayores con ingresos relativamente altos.

Como se ha mencionado los guantes son imprescindibles en los meses de invierno, por lo cual existe una demanda constante cada año.

Los cinturones y correas también son accesorios de cuero de alto consumo.

Billeteras y accesorios de cuero



Fuente: Fashion Magazine, Danier

CINTURONES



Fuente: Fashion Magazine, Danier

4.3. Precios de venta de la competencia

Los precios encontrados varían de acuerdo al producto, diseño, marca y lugar donde se compran. Así también hay una variación dependiendo de la temporada, como se ha mencionado en Canadá existen 4 estaciones: primavera, verano, otoño e invierno. A continuación se presenta una tabla donde se visualizan los precios encontrados.

Tabla 29. Precios, Marcas, Origen y punto de venta.

Punto de venta	Artículo	Precios	Marcas	País origen
Roots	Chaquetas	\$ 299-429.99 (US \$226-326)	Roots	Canada, China
	Billeteras	\$ 29.99-49.99 (US\$ 22.7-37.9)		
	Carteras	\$ 120 promedio (US\$ 91)		
	Mochilas	\$ 200 promedio (US\$ 151.6)		
Danier	Pantalones	\$ 275 (US\$ 208.4)	Danier	Canada, China
	Chaquetas	\$ 350-695 (US \$ 265-527)		
	Blazer	\$ 275 (US\$ 208)		
Wal-Mart	Zapatos de seguridad	\$ 70 a 110 (US\$ 53- 83.3)	Pathfinder, Roadmate, Workload, Terra, Sorel, Wild sider	Argentina, Canada, Taiwán, Vietnam, China
Winners	Carteras	CD\$ 70-170 US\$ 53- 128.8)	Maxx, Kenneth Cole	China
	Billeteras	CD\$ 15-35 (US\$ 11.3-26.5)	Umi design, enneth Cole, Renato Balestra	China, Italia
	Cinturones	CD\$ 15-30 (US\$ 11.3-22.7)	Calvin Klein, Nine-West, Anne Klein, Union Bay	