

**ESTUDIO DEL MERCADO DE
MANUFACTURAS DE CUERO
(MALETINES PORTADOCUMENTOS, CARTERAS Y BOLSOS DE MANO,
PRENDAS DE VESTIR, CINTURONES)
EN EL REINO DE DINAMARCA**



**EMBAJADA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA
ANTE EL REINO DE DINAMARCA**

MARZO 2008

INDICE

A) DATOS BÁSICOS

1) Posición, Descripción y Situación Arancelaria	4
a) Posición Arancelaria Argentina	4
b) Posición Arancelaria Europea	4
c) Nombre del Producto en idioma danés	5
2) Descripción del Producto	5
3) Situación Arancelaria	5
4) Derechos de Importación	6
5) Estadísticas de Importación	6
6) Participación de los principales países proveedores año 2006	7

B) CONDICIONES GENERALES DEL MERCADO

1) Dimensión	10
a) Producción	10
b) Importaciones:	10
c) Exportaciones	10
d) Consumo Aparente	10
2) Tendencias del Mercado	13
3) Productos competidores: Orígenes	13
4) Exportaciones:	13
Principales destinos año 2006	14
5) Características del Consumo	14
6) Prácticas locales de Promoción más usuales	16

C) COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

1) Estructura de distribución	16
2) Precios al consumidor final	18
3) Características del embalaje y/o en vasado, rótulos y etiquetas. Normas vigentes.	19
4) Información sobre los productos	19
5) Listado de Importadores	20
6) Listado de Asociaciones empresarias y sectoriales	21
7) Ferias y Exposiciones	21

D) ESTRATEGIA PARA EL EXPORTADOR ARGENTINO

1) Posibilidades de exportación a corto y mediano plazo	21
2) Sugerencias para ingresar o ampliar la presencia o participación en el Mercado	21
3) Concepto de importadores locales	22

DATOS

DEL

MERCADO

A) DATOS BÁSICOS:

1 - POSICIÓN, DESCRIPCIÓN Y SITUACIÓN ARANCELARIA:

MANUFACTURAS DE CUERO:

MALETINES PORTADOCUMENTOS, CARTERAS Y BOLSOS DE MANO, PRENDAS DE VESTIR, CINTURONES

a) Posición Arancelaria argentina :

N.C.M: 4202.11.00: *Baúles, maletas (valijas) y maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural o cuero barnizado.*

N.C.M.: 4202.21.00: *Bolsos de mano (Carteras), incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero barnizado.*

N.C.M.: 4202.31.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: (carteras): con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero barnizado.*

N.C.M.: 4203.10.00: *Prendas de vestir, de cuero natural o cuero barnizado.*

N.C.M.: 4203.30.00: *Cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural o cuero artificial.*

b) Posición Arancelaria europea :

N.C.: 4202.11.10: *Baúles, Maletas y Maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado: maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares.*

N.C.: 4202.21.00: *Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

N.C.: 4202.31.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

N.C. :4203.10.00: *Prendas de vestir, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado.*

N.C.: 4203.30.00: *Cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado.*

c) Nombre del Producto en idioma danés:

4202.11.10 Dokumentmapper, skoletasker o l, med yderside af læder, kunst- el laklæder.

4202.21.00 Håndtasker med yderside af læder, kunst - el laklæder.

4202.31.00 Foderaler, lommeetuier o l, med yderside af læder, kunst - el laklæder.

4203.10.00 Beklædningsgenstande, af læder el kunstlæder, undt handsker.

4203.30.00 Bælter og skulderremme, af læder.

2 - DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Por *artículos de cuero* se entiende una gran diversidad de productos cuya superficie exterior es de *cuero, cuero artificial o regenerado o cuero barnizado (o charol)*, clasificados en el capítulo 42 en la Nomenclatura Combinada de la Comunidad Europea y en la Nomenclatura Común del Mercosur.

Se entiende por *cueros y pieles barnizados (o charol)* cueros recubiertos con una capa de barniz o revestidos con una película preformada de materia plástica brillante como un cristal. Este cuero puede estar estampado para imitar determinadas pieles (cocodrilo, lagarto, etc.) o artificialmente arrugado o graneado. Sin embargo, su superficie debe permanecer brillante como un cristal. El espesor de la capa o de la película no debe exceder de 0,15 mm.

Se entiende por *cuero artificial o regenerado* un cuero constituido sobre una base de cuero natural o fibras de cuero; no se aplica a los cueros imitados que no están basados en un cuero natural. Puede estar pintado, pulido, graneado o estampado, barnizado o metalizado.

3 - SITUACIÓN ARANCELARIA:

N.C.: 4202.11.10: *Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado: maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares.*

N.C.: 4202.21.00: Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.

N.C.: 4202.31.00: Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.

N.C. :4203.10.00: Prendas de vestir, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado.

N.C.: 4203.30.00: Cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado.

4 - DERECHOS DE IMPORTACIÓN: Importación libre. Certificado de cumplir con las exigencias de la Convención de Washington.

N.C.: 4202.11.10: **3 %**

N.C.: 4202.21.00: **3 %**

N.C.: 4202.31.00: **3 %**

N.C.: 4203.10.00: **4 %**

N.C.: 4203.30.00: **5 %**

5 - ESTADÍSTICAS DE IMPORTACIÓN:

N.C.: 4202.11.10: Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado: **maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares.**

AÑO	CANTIDADES (Unidades)	IMPORTE (U\$S)
2004	179.545	2.655.927
2005	510.120	4.351.333
2006	223.992	4.387.899

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4202.21.00: Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.

AÑO	CANTIDADES (Unidades)	IMPORTE (U\$S)
2004	742.757	15.296.995
2005	954.322	19.883.500
2006	1.093.022	28.169.076

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4202.31.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	173,3	6.284.140
2005	217,6	8.820.667
2006	233,4	9.425.714

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4203.10.00: *Prendas de vestir, de cuero natural, o de cuero artificial o regenerado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	1.364,8	43.485.309
2005	1.665,7	53.636.000
2006	2.314,3	70.628.235

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4203.30.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	681,2	19.532.721
2005	980,5	30.297.833
2006	1.327,0	45.775.126

Fuente: Danmarks Statistik

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PAÍSES PROVEEDORES **AÑO 2006:**

N.C.: 4202.11.10: *Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado: **maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares.***

(2006)

PAÍS	IMPORTE	PARTICIPACION %
Italia	1.602.017	36%
China	1.524.538	35%
Reino Unido	364.874	8%
Alemania	180.504	4%
Países Bajos	174.118	4%
India	92.773	2%

Fuente: Danmarks Statistik

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PAÍSES PROVEEDORES
AÑO 2006

N.C.: 4202.21.00: bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.

PAÍS	IMPORTE	PARTICIPACION %
India	6.313.445	22%
Italia	3.761.681	13%
Polonia	3.639.160	13%
China	2.557.647	9%
Francia	2.491.260	9%
Reino Unido	2.428.403	9%
Países Bajos	1.823.529	6%
Alemania	1.037.815	4%
Suiza	958.824	3%
Bélgica	605.210	2%

Fuente: Danmarks Statistik

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PAÍSES PROVEEDORES
AÑO 2006

N.C.: 4202.31.00: Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.

PAÍS	IMPORTE	PARTICIPACION %
India	3.550.420	38%
Reino Unido	1.182.857	13%
China	1.110.084	12%
Alemania	696.807	7%
Francia	508.403	5%
Hong Kong	489.412	5%
Países Bajos	447.731	5%
Corea del Sur	370.756	4%
Italia	326.218	3%

Fuente: Danmarks Statistik

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PAÍSES PROVEEDORES
AÑO 2006

N.C.: 4203.10.00: *Prendas de vestir, de cuero natural, o de cuero artificial o regenerado.*

PAÍS	IMPORTE	PARTICIPACION %
China	32.078.655	45%
India	14.315.462	20%
Pakistán	4.978.319	7%
Turquía	4.160.840	6%
Finlandia	3.245.210	5%
Alemania	3.030.252	4%
Suecia	2.541.345	4%
Italia	1.875.630	3%
Rumania	1.760.672	2%

Fuente: Danmarks Statistik

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LOS PAÍSES PROVEEDORES AÑO
2006

N.C.: 4203.30.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

PAÍS	IMPORTE	PARTICIPACION %
Países Bajos	14.770.252	32%
Italia	6.244.706	14%
China Rep. Popular	6.156.975	13%
Suecia	3.343.361	7%
Francia	2.430.756	5%
India	2.338.151	5%
Turquía	2.226.555	5%
Alemania	2.134.958	5%
Portugal	1.231.260	3%
Argentina	77.143	0,16%

Fuente: Danmarks Statistik

B) CONDICIONES GENERALES DEL MERCADO :

1 - DIMENSIÓN:

- a) PRODUCCIÓN:
- b) IMPORTACIONES:
- c) EXPORTACIONES
- d) CONSUMO APARENTE

DETERMINACIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE

MANUFACTURAS DE CUERO

(UNIDADES - TONELADAS / AÑO)

CONCEPTO/AÑO	2002	2003	2004	2005	2006
PRODUCCIÓN					
4202.11.10	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4202.21.00	3.000 Un.	4.000 Un.	3.000 Un.	4.000 Un.	3.500 Un.
4202.31.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4203.10.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4203.30.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
IMPORTACIÓN					
4202.11.10	167.341 Un	174.151 Un	179.545 Un	510.120 Un	223.992 Un
4202.21.00	403.058	376.698	742.757	954.322	1.093.022
4202.31.00	185,3 Ton.	144,4 Ton.	173,3 Ton.	217,6 Ton.	233,4 Ton.
4203.10.00	1.720,1 Ton.	1.637,4 Ton.	1.364,8 Ton.	1.665,7 Ton.	2.314,3 Ton.
4203.30.00	350,2 Ton.	353,9 Ton.	681,2 Ton.	980,5 Ton.	1.327,0 Tn.
EXPORTACIÓN					
4202.11.10	11.739 Un	11.930 Un	39.373 Un	30.246 Un	76.899 Un
4202.21.00	63.470 Un	84.619 Un	166.237 Un	252.927 Un	253.824 Un
4202.31.00	18,2 Ton.	12,6 Ton.	12,9 Ton.	14,3 Ton.	28,9 Ton.
4203.10.00	814,4 Ton.	778,8 Ton.	693,7 Ton.	1.019,5 Ton.	1.411,3 Ton.
4203.30.00	128,3 Tn.	111,5 Tn.	211,6 Tn.	365,7 Tn.	383,8 Tn.
CONSUMO APARENTE					
4202.11.10	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4202.21.00	342.588 Un	296.079 Un	579.520 Un	705.395 Un	842.698 Un
4202.31.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4203.10.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
4203.30.00	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: Danmarks Statistik

DETERMINACIÓN DEL CONSUMO APARENTE DE
MANUFACTURAS DE CUERO
(DÓLARES / AÑO)

CONCEPTO/AÑO	2002	2003	2004	2005	2006
PRODUCCIÓN					
4202.11.10	21.954	152	23.038	21.166	18.651
4202.21.00	85.914	113.354	101.502	165.000	143.765
4202.31.00	610.025	524.279	102.838	103.833	102.654
4203.10.00	37.563	351.290	978.297	1.181.333	853.652
4203.30.00	94.670	89.681	106.678	142.167	128.841
IMPORTACIÓN					
4202.11.10	1.768.782	2.114.112	2.655.927	4.351.333	4.387.899
4202.21.00	9.044.924	9.391.047	15.296.995	19.883.500	28.169.076
4202.31.00	6.665.102	5.700.303	6.284.140	8.820.667	9.425.714
4203.10.00	46.532.741	46.996.510	43.485.309	53.636.000	70.628.235
4203.30.00	10.439.086	11.661.760	19.532.721	30.297.833	45.775.126
EXPORTACIÓN					
4202.11.10	275.127	315.174	471.119	646.333	1.493.613
4202.21.00	1.567.640	2.998.938	4.916.861	7.018.000	7.892.941
4202.31.00	1.061.168	817.754	992.988	843.833	1.349.916
4203.10.00	29.844.036	33.413.505	30.045.743	46.441.500	56.310.084
4203.30.00	4.651.142	5.733.536	10.965.609	21.593.333	21.682.017
CONSUMO APARENTE					
4202.11.10	1.515.609	1.799.090	2.207.846	3.726.166	2.912.937
4202.21.00	7.563.198	6.505.463	10.481.636	13.030.500	20.419.900
4202.31.00	6.213.959	5.406.828	5.393.990	8.080.667	8.178.452
4203.10.00	16.726.268	13.934.295	14.417.863	8.375.833	15.171.803
4203.30.00	5.882.614	6.017.905	8.673.790	8.846.667	24.221.949

Fuente: Danmarks Statistik

c) EXPORTACIONES

N.C.: 4202.11.10: *Baúles, maletas y maletines, incluidos los de aseo y portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado: **maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares.***

AÑO	CANTIDADES (Unidades)	IMPORTE (U\$S)
2004	39.373	471.119
2005	30.246	646.333
2006	76.899	1.493.613

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4202.21.00: *Bolsos de mano, incluso con bandolera o sin asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

AÑO	CANTIDADES (Unidades)	IMPORTE (U\$S)
2004	166.237	4.916.841
2005	252.927	7.018.000
2006	253.824	7.892.941

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4202.31.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	12,9	992.988
2005	14,3	843.833
2006	28,9	1.349.916

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4203.10.00: *Prendas de vestir, de cuero natural, o de cuero artificial o regenerado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	693,7	30.045.743
2005	1.019,5	46.441.500
2006	1.411,3	56.478.151

Fuente: Danmarks Statistik

N.C.: 4203.30.00: *Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado.*

AÑO	CANTIDADES (Toneladas)	IMPORTE (U\$S)
2004	211,6	10.965.609
2005	365,7	21.593.333
2006	383,8	21.682.017

Fuente: Danmarks Statistik

2 - TENDENCIA DEL MERCADO:

Las importaciones de las posiciones arancelarias objeto del presente estudio han experimentado una tendencia creciente en el trienio considerado.

3 - PRODUCTOS COMPETIDORES - ORÍGENES:

Para el caso de la posición **4202.11.10 (Maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares)**, se destacan como principales proveedores Italia y la República Popular de China, cubriendo respectivamente un 36 y 35% del mercado danés, es decir que ambos países en su conjunto ocupan una cuota de mercado del 71% en el año 2006, seguidos por Reino Unido (8%), Alemania y Países Bajos con el 4% cada uno, e India con el 2 %.

India, Italia y Polonia cubrieron en el 2006 en su conjunto una cuota del mercado del 48% de las importaciones de la posición **4202.21.00 (Bolsos de mano con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado)**, seguidos por China, Francia y Reino Unido con un 9% cada uno, Países Bajos con un 6%, correspondiendo un 4 % a envíos de Alemania y 3% y 2% respectivamente a Suiza y Bélgica.

Con respecto a la posición **4202.31.00 (Artículos de bolsillo o de bolsos de mano)**, India cubre un 38% del mercado, seguida por Reino Unido y China con 13% y 12% cada uno, Alemania 7 %, mientras que a Francia, Honkong y Países Bajos les correspondió un 5 % a cada uno, en tanto que Corea del Sur e Italia cubren el mercado restante.

Como principales proveedores de la posición **4203.10.00 (Prendas de vestir)** se registran China (45%) e India (20%), seguidos por Pakistán (7%), Turquía (6%), Finlandia (5%), Alemania y Suecia (4% cada uno), Italia con un 3% y Rumania 2%.

Países Bajos cubre el 32% del mercado importador de la posición **4203.30.00 (Artículos de bolsillo o de bolsos de mano)**, seguido por Italia (14%) y China (13%). Luego figuran como proveedores Suecia (7%) y Francia, India, Turquía y Alemania con un 5 % cada uno, Portugal 3% y Argentina que ocupó un 0,16% del mercado en el 2006.

4 - EXPORTACIONES – PRINCIPALES DESTINOS AÑO 2006

El destino de las exportaciones de la posición **4202.11.10: (Maletines portadocumentos, carteras de mano, cartapacios y continentes similares)**, comprende principalmente Suecia (24%), Rusia (14%), Noruega (13%), Alemania (12%), Países Bajos (9%), Polonia (7%) y Groenlandia (3%).

Las exportaciones de la posición **4202.21.00: (Bolsos de mano, incluso con bandolera o sus asas: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado)** se destinaron principalmente a Suecia (29%) Noruega (29%), Estados Unidos (8%), Islandia (5%), Portugal (5%), Polonia (4%) Reino Unido (4%) y Alemania (3%).

Los principales destinos de las exportaciones de la posición **4202.31.00: (Artículos de bolsillo o de bolsos de mano: con la superficie exterior de cuero natural, de cuero artificial o regenerado o de cuero barnizado)** fueron Noruega con el 56%, Suecia (12%), Alemania (7%), Reino Unido (4%) y España (3%).

Para la posición **4203.10.00: (Prendas de vestir de cuero natural o de cuero artificial o regenerado)** se registran como principales destinos (Alemania (24%), Países Bajos (16%), Suecia (11%), España (8%), Bélgica (5%) Noruega (7%), Polonia (6%), Bélgica (5%).

En tanto que las exportaciones de la posición **4203.30.00: (Cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural o de cuero artificial o regenerado)** se dirigieron principalmente hacia Noruega (24%), Alemania (22%), Suecia (13%), Países Bajos (7%) y España (5%).

5 - CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMO:

Dinamarca es un país pequeño (5.447.084 habitantes). Sin embargo, y como no posee una industria de artículos de cuero de importancia, gran parte de sus necesidades deben ser satisfechas con importaciones.

Los daneses, sobre todo los hombres, no son los más adictos a los dictados de la moda de los consumidores europeos. Consecuentemente, los estilos cambian con menor frecuencia, con lo cual los productores pueden hacer frente con más facilidad a los requisitos que se les impongan. Para compensar la limitación del mercado doméstico, los importadores daneses cubren también parte del mercado noruego y sueco, a los que abastecen con reexportaciones. Los principales importadores daneses, como las cadenas de supermercados y las grandes tiendas, se concentran en los artículos de menor precio, en tanto que las tiendas especializadas en artículos de cuero solicitan cantidades más pequeñas pero de mayor calidad. En general, el mercado danés requiere cantidades relativamente pequeñas de artículos de cuero, sobre los cuales se imponen márgenes elevados y que se venden al consumidor final

a altos precios. En el mercado danés tienen éxito los productos caracterizados. Los importadores se interesan por los productores que tengan posibilidades de lanzar nuevos diseños y siempre están dispuestos a buscarlos.

El consumidor danés está menos predispuesto que el de otros países a gastar dinero en artículos de cuero. En la decisión de compra el precio es el factor decisivo y la calidad, el segundo. Sólo después vienen la moda y el color. No se presta demasiada atención a las modas en cuestión de colores. Siendo el clima bastante húmedo, se manifiesta cierta resistencia a utilizar colores excesivamente brillantes. Por consiguiente, la demanda se concentra en los colores negro y marrón.

Como se puede deducir, los daneses no se interesan demasiado por las modas, mientras que las marcas ejercen cierto atractivo sobre la clientela, especialmente el sector más joven de la población. El clima, que puede ser muy húmedo, limita la demanda de materiales frágiles.

Los importadores manifestaron que los bolsos de mano de señora se consideran como artículos utilitarios, no como artículos de moda.

Se lanzan los nuevos estilos dos veces al año, en primavera y en otoño. Se considera que la más importante es la moda de primavera.

Algunos importadores consideran que podría haber oportunidades para juegos de artículos de cuero para mujer. Por ejemplo, un bolso de mano con una billetera y una bolsa de maquillaje, todo en los mismos materiales, estilo y color. Los juegos existentes en el mercado suelen llevar etiquetas francesas o italianas, y se sitúan en los extremos más caros del mercado.

Ambos sexos son compradores de la variedad de artículos de cuero que se tratan en el presente estudio.

Grupos de edad y preferencias de los consumidores:

Grupo de edad

Preferencia de compra

15 – 30 años Los artículos deben ser de última moda; la calidad no tiene gran importancia sobre todo para compradores de 15 a 19 años. Es fundamental que los precios sean bajos

25 – 50 años Prefieren estilos menos llamativos y más clásicos, pero que de todas formas tengan algo de innovador. Es fundamental la buena calidad. Los precios importan menos, sobre todo para el grupo de 25 a 30 años, para el cual es importante que el producto sea de marca.

50 – 64 años Lo más importante es que el artículo sea funcional, si bien la calidad sigue siendo fundamental. En este grupo de edad se compran artículos de cuero que sean duraderos. Las modas son menos importantes para la decisión de compra. Es preciso que los precios sean moderados.

6 - PRÁCTICAS LOCALES DE PROMOCIÓN MÁS USUALES:

Las prácticas de promoción más usuales son el contacto personalizado con las empresas importadoras, como así también la presencia en ferias y exposiciones relacionadas con estos productos.

C) COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN :

1 - ESTRUCTURA DE DISTRIBUCIÓN

El contacto directo con los importadores es el mejor acceso al mercado danés que pueda recomendarse. Es idea generalizada de los importadores que cada eslabón de la cadena de comercialización incrementa el precio en el 100%, situación ésta que se tratará de evitar en toda negociación.

De tal modo, el contacto debe ser realizado por el propio fabricante desde el propio departamento de exportación, por acopiadores mayoristas o por organizaciones que presten el servicio de agente de exportación a las empresas más pequeñas que no cuenten con su propia estructura.

El agente trabaja a sueldo y comisión sobre las ventas, debiéndosele además prestar apoyo publicitario y dotar de la suficiente información y muestras para poder realizar su trabajo. Los honorarios se pactan libremente, tanto como la comisión sobre ventas que suele oscilar en tre un 3 y 5%.

Las obligaciones y retribución del agente o representante en el mercado danés serán seguramente parte del contrato que se deberá firmar en ocasión de requerir los servicios de este auxiliar de comercio exterior.

El precio requerido será normalmente CIF o C+F puertos daneses; eventualmente Hamburgo o Rotterdam servirán al importador danés para tener una idea aproximada del precio final del producto. La cotización FOB puertos argentinos obliga a toda una tarea adicional para el importador, la cual resulta a veces de difícil resolución atento a los datos sobre ciertos costos argentinos al cual éste no tiene un fácil acceso.

La mayor información respecto de los bultos a ser embarcados, pesos y dimensiones, palletizado etc., de tal modo que el importador pueda calcular los gastos en los que incurrirá para su despacho a plaza, transporte interno y movimiento de cargas en destino.

Medios de pago

El importador danés aceptará como norma abrir una carta de crédito confirmada e irrevocable para cancelar los primeros embarques. Las negociaciones posteriores requerirán términos menos burocráticos y con más facilidades, siendo práctica normal el pago a 60 -90 días.

Los bancos daneses están totalmente integrados a la red bancaria mundial, prestan un servicio eficiente y su intervención está acorde con los costos del mercado internacional.

Visitas de negocios

Las cartas, envíos de especificaciones y muestras no suplantarán en el mercado danés a la visita pertinente para establecer un contacto directo entre las partes.

El exportador deberá poder comunicarse en idioma inglés; el alemán, francés y español son lenguas poco difundidas entre la comunidad danesa de negocios.

El cabal conocimiento del producto que se ofrece, la situación del mismo en el mercado internacional, los procesos de producción y demás especificaciones del producto son requisitos indispensables para quien efectúe la visita.

El importador danés es un conocedor de las posibles fuentes de aprovisionamiento, viaja frecuentemente y está en la búsqueda continua de oportunidades de negocios que mejoren su producto final o les depare mayores ganancias en su comercio. La inspección a las plantas del exportador es una rutina practicada por el importador y se debe estar preparado para recibir la visita del mismo, en algunos casos incluso antes de cerrar el primer negocio.

Los antecedentes del exportador son importantes. El éxito obtenido en otra plaza es una irremplazable carta de presentación y por lo tanto los mayores antecedentes que puedan aportarse serán siempre de gran utilidad.

Las visitas deben programarse con suficiente antelación, en general con seis meses de antelación, plazo durante el cual se irán intercambiando informaciones que permitan llegar a la reunión para definir la negociación. Es sumamente difícil establecer un primer contacto directo para ofrecer productos. A esos efectos son utilizadas las ferias tanto específicas como generales, sea en Dinamarca o en otros países de la región ya que el importador danés estará presente en ellas para tomar contacto con las novedades del mercado internacional.

El danés es en general muy correcto y protocolar, -será un excelente anfitrión- no obstante lo cual esperará para mantener un trato más distendido señales del visitante que identifique un comportamiento acorde con el que se está dispuesto a brindar.

El comercio exterior danés no está concentrado en una sola ciudad. Si bien Copenhague es un centro industrial y comercial importante, el exportador argentino deberá estar preparado para desplazamientos relativamente cortos, que permiten el regreso en el día a la capital del Reino, punto más probable de arribo proviniendo del exterior.

Los horarios de las entrevistas son observados con exactitud, la atención prestada al visitante será total y sin interferencias de ningún tipo, salvo casos de extrema urgencia. Los programas de visitas serán respetados y la agenda que será preparada para la oportunidad, en coordinación con el visitante, será cumplida íntegramente.

El exportador argentino evitará el efectuar cambio de programa sobre la marcha de la visita por cuanto afectará la imagen de confiabilidad de su producto. Debe recordarse que Dinamarca, por no poseer materia prima, depende de la seriedad de sus proveedores.

Documentación de las importaciones

La factura Proforma será suficiente elemento para la apertura de la carta de crédito o medio de pago acordado. En muchos casos, puede requerirse la firma de un contrato que seguramente incluirá alguna cláusula que penalice la falta de cumplimiento de las entregas o las condiciones defectuosas de los productos.

Cabe señalarse que difícilmente -por no decir imposible- se pueda efectuar el despacho a plaza de mercaderías que no cuenten con todos los requisitos, siendo por lo tanto recomendable que sea establecido desde el primer momento los documentos que serán exigidos por las autoridades aduaneras danesas para asegurarse de contar con todos ellos en el momento del embarque.

2 - PRECIOS A CONSUMIDOR FINAL:

Cartera para mujer de cuero negro con cierre relámpago y con manija larga para colgar del hombro: U\$S 170,00

Cartapacio para hombre de cuero negro con 2 compartimientos: U\$S 310,00

Cinturón para hombre de cuero negro o marrón: U\$S 35,00

Campera de cuero negro para hombre: U\$S 230,00

Campera de cuero negra para mujer: A partir de U\$S 250,00

3 - CARACTERÍSTICAS DE EMBALAJE Y/O ENVASADO, RÓTULOS Y ETIQUETAS. NORMAS VIGENTES.

La ley no impone condiciones particulares para el embalaje. Sobre todo si se trata de envíos por vía marítima, los embalajes deben estar bien adaptados a las condiciones de transporte, previéndose una protección suplementaria contra la humedad, los mohos y el agua de mar. El plástico es el material ideal. Los importadores mayoristas pueden preferir embalajes de presentación para cada uno de los artículos, que permitan exhibirlos de forma atractiva en las vitrinas sin necesidad de volverlos a embalar. Es necesario que los comerciantes minoristas puedan pasar los artículos directamente a sus mostradores desde el embalaje de transporte. Todos estos detalles deberán ser claramente acordados entre el

vendedor y el comprador en el momento de concluir el contrato, ya que después tendrán consecuencias sobre los costos y, por consiguiente, sobre los precios.

No es obligatorio que los artículos de cuero que se exportan a Dinamarca lleven etiquetas en las que se identifiquen los países de origen. Por consiguiente, si las tiendas lo desean pueden vender sus productos sin esa especificación.

4 – INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS:

MONEDEROS Y BILLETERAS:

En Dinamarca no hay que prever unos tamaños fijos para los compartimientos destinados a los billetes, pero, en cambio, se considera importante la existencia de un compartimiento transparente para el permiso danés de conducir, del tamaño de una tarjeta de crédito (7,5 cm x 4,5cm).

Los daneses suelen preferir estilos bastante clásicos. También debe existir un compartimiento para tarjetas de crédito (conviene prever espacio suficiente para unas seis tarjetas) y un compartimiento para monedas.

MALETINES "ATTACHÉ"

Será preciso que puedan contener dos resmas de papel A4, una junto a la otra.

Componentes:

Los daneses no basan su decisión de compra en el forro del artículo en cuestión, siempre que éste sea aceptable. Los más comunes son el algodón y el nylon. Las cremalleras pueden ser de metal o de nylon pero en todos los casos deben ser de máxima calidad. En cuanto a los maletines "attachés", las cerraduras numéricas se prefieren sin duda a las cerraduras con llave. Todas las cerraduras deben ser de la máxima calidad.

Resistencia al agua:

A causa del clima húmedo, al consumidor danés le inquietan los posibles daños por el agua y en su decisión de compra interviene la resistencia a la humedad. Los artículos que den la impresión de que podrían ser fácilmente dañados por la lluvia lo más probable es que no se vendan. Probablemente sería una excelente idea el colocar una etiqueta advirtiendo que el artículo en cuestión resiste al agua.

**5 - IMPORTADORES DANESES DE ARTÍCULOS DE CUERO
(INGRESADOS A TRADE NET)
A) MALETAS, BOLSOS DE MANOS**

EMPRESA
Cavalet A/S
Find Bubandt A/S
Inter. Leather A/S
ISAK A/S
Metz A/S
Phillipsons A/S
Sabroe & Stephensen

B) PRENDAS DE VESTIR

EMPRESA
A/S Helly - Hansen
J.H.Olsen & Co.
B&C Textiler A/S
Fransa Clothing Co.
Freudenberg Danm.
JB Sport
Møller & Co. A/S
P.Nicolaysen & Co.
Two Danes/S.B.

C) CINTURONES

EMPRESA	
Dress-Partner	Læderiet ApS
M. Michaelsen	Metz A/S
4 You A/S	Phillipsons A/S
Auluna A/S	Promo-Design
Find Bubandt A/S	Queens Collection
Coats Danmark	Ronald Accesories

7 - LISTADO DE ASOCIACIONES EMPRESARIAS SECTORIALES.

LÆDERVAREHANDLERFORENINGEN FOR DANMARK

Kirstinehøj 22

Att.: Formand Mr Flemming Sørensen

2770 KASTRUP

Tel.: +45 3246 0404

Fax: +45 3246 0405

WEB: www.hansson.dk

E-mail: hansson@hansson.dk

8 - LISTADO DE FERIAS Y EXPOSICIONES

COPENHAGEN INTERNATIONAL FASHION FAIR

BELLA CENTER A/S - CENTER BOULEVARD (2300) COPENHAGEN S

TEL: (45) 32 52 88 11 - FAX: (45) 32 51 99 51

E - mail: stm@bellacenter.dk

Internet: www.ciff.dk

Fecha de realización: 7 al 10 de Agosto 2008

Feria de frecuencia semestral para especialistas.

D- ESTRATEGIA PARA EL EXPORTADOR ARGENTINO

1 - POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO A CORTO Y MEDIANO PLAZO.

Dinamarca presenta como característica una búsqueda agresiva de mercados externos. El mercado danés para artículos de cuero presenta características muy favorables y requiere tan sólo una decisión del exportador argentino. El mercado está siendo abastecido desde terceros países, especialmente Italia y Portugal. Es imprescindible que el exportador argentino se presente en el mercado danés con sus productos, permita mediante el envío de muestras el análisis de la calidad e indicando en todos los casos su capacidad de abastecimiento.

2- SUGERENCIAS PARA INGRESAR/AMPLIAR LA PRESENCIA O PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Es importante que los fabricantes y exportadores se mantengan al tanto de las tendencias mundiales de la moda. Siempre, y sobre todo en el caso de los cinturones y bolsos de señora, habrá determinados artículos vencedores que constituirán la parte principal del negocio y que serán copiados rápidamente en todas partes. Es esencial mantenerse al día y tener flexibilidad suficiente para poder reaccionar de inmediato a los cambios del mercado. Es recomendable además asistir a las ferias comerciales especializadas, a fin de mantenerse al corriente de los cambios de la moda y los precios del mercado.

3 - CONCEPTO DE IMPORTADORES LOCALES.

Los importadores daneses contactados manifestaron deseos de contar con mayor información respecto de calidades y precios a los cuales podrían recibir los productos, a efectos de poder efectuar un análisis de las posibilidades que ofrece el mercado. El Sr. Flemming Sørensen, Presidente de la Cámara de Comerciantes de Artículos de Cuero, *Lædervarehandlerforeningen for Danmark*, se mostró decididamente positivo ante la posibilidad de importación de artículos de cuero desde Argentina. Manifestó que los importadores locales tienen dos

exigencias con respecto a los mencionados productos, ambas igualmente importantes: una es la calidad, que debe ser excelente, y la otra es el precio, que deberá poder competir con los de otros países proveedores tales como Italia y Portugal.