

ROPA INTERIOR Y VESTIDOS DE BAÑO PARA MUJER

Oportunidades de mercado en Canadá



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

La industria



La industria de ropa interior y vestidos de baño presentó un total de ingresos de USD\$2 mil millones de dólares en el 2014, presentando un crecimiento compuesto anual de 0.7% entre el periodo de 2009-2014; empleando alrededor de 24.000 personas en más de 3.000 establecimientos.

Se espera que esta industria tenga un comportamiento positivo en los próximos cinco años, ya que es previsto que el ingreso per cápita aumente y el precio mundial del algodón disminuya.

A continuación se presentan los valores de importación de Canadá para cada una de las partidas y los principales países proveedores de las mismas.

Fuente: Lingerie. Swimwear & Bridal Stores in Canada: Market Research Report. 2014

Mercado de ROPA INTERIOR



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS610821)*

*En esta partida se incluyen la importación de 'panties' para mujer y niña fabricados en algodón.

En Canadá, las importaciones totales de panties para mujer y niña fabricados en algodón en 2014, fueron por más de US\$66 millones de dólares.

Bangladesh, Sri Lanka y China fueron los tres principales países proveedores de este producto a Canadá.

Por su parte, Colombia se encontró en la posición número 35; el valor de sus importaciones para este producto tuvo una caída del 98% en el 2014 frente al 2013.

	2010	2011	2012	2013	2014
Bangladesh	19.961.789	17.856.851	15.157.900	19.415.344	17.741.637
Sri Lanka	8.782.840	13.179.923	12.461.118	12.934.607	15.008.490
China	17.409.291	13.189.128	11.191.720	12.191.517	11.443.710
Camboya	5.747.379	8.149.094	10.430.248	5.042.608	5.458.606
Honduras	3.863.007	879.574	1.794.053	4.452.319	5.390.744
India	3.779.383	3.578.631	3.566.989	3.925.337	4.918.659
Vietnam	1.395.751	2.123.040	3.938.772	1.577.309	2.068.069
Tailandia	1.266.427	961.763	444.118	484.905	1.363.129
...
Colombia	85.328	80.000	333.299	119.785	2.581
...
TOTAL (Todos los países)	70.467.186	63.999.755	62.845.845	63.499.572	66.226.018

Fuente: Industry Canada, 2015. Valores en dólares americanos.





Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS610821)*

*En esta partida se incluyen la importación de panties para mujer y niña fabricados en algodón.

		2010	2011	2012	2013	2014
1.	Bangladesh	19.961.789	17.856.851	15.157.900	19.415.344	17.741.637
...
5.	Honduras	3.863.007	879.574	1.794.053	4.452.319	5.390.744
...
35.	Colombia	85.328	80.000	333.299	119.785	2.581
...
	TOTAL (Todos los países)	70.467.186	63.999.755	62.845.845	63.499.572	66.226.018

Honduras se posiciona como el quinto mayor proveedor de este producto a Canadá y es el primer país latinoamericano en liderar la lista.

El valor de sus importaciones creció considerablemente desde el 2011.

Fuente: Industry Canada, 2015. Valores en dólares americanos.





Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS610822)*

*En esta partida se incluyen la importación de panties para mujer y niña fabricados de fibras sintéticas.

En Canadá, las importaciones totales de panties para mujer y niña fabricados de fibras sintéticas en el 2014, fueron por más de US\$83 millones de dólares.

China, Sri Lanka y Tailandia fueron los tres principales países proveedores de este producto a Canadá.

En el 2014, China exportó a Canadá US\$51.9 millones, representando el 62% del total de importaciones para ese año.

Colombia se encontró en la posición número 37 reportando valores de importación cada vez menores.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	33.116.704	37.830.186	37.796.597	50.027.707	51.915.923
Sri Lanka	1.653.518	2.607.279	3.833.717	4.541.225	6.761.866
Tailandia	3.386.133	3.414.772	2.352.481	4.053.584	4.711.666
Camboya	437.976	514.955	2.169.153	5.412.087	4.610.291
Bangladesh	8.778.633	6.258.454	4.098.655	4.493.927	4.007.883
Vietnam	756.054	925.755	2.101.598	2.293.059	1.952.624
Estados Unidos	2.307.502	1.813.460	1.864.860	1.639.943	1.630.607
Israel	677.578	564.753	685.960	1.030.526	1.061.264
...
Colombia	473.589	122.631	340.027	60.925	29.700
...
TOTAL (Todos los países)	59.901.277	61.637.754	64.523.648	84.187.890	83.863.412

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS610829)*

*En esta partida se incluyen la importación de panties para mujer y niña fabricados en otros textiles.

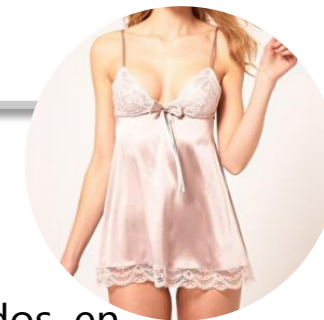
En Canadá, las importaciones totales del 2014 de panties para mujer y niña fabricados en otros textiles no incluidos en partidas anteriores, no superaron CAD\$1 millón.

Vietnam, China, y Estados Unidos fueron los tres países proveedores principales de este producto a Canadá. Vietnam superó en el 2014 a China, quien siempre había liderado las importaciones de este producto a Canadá.

Colombia reportó valores de importación mínimos que pueden identificarse como envíos de muestras.

	2010	2011	2012	2013	2014
Vietnam	46.304	106.215	443.588	161.710	366.268
China	637.810	559.666	462.057	457.693	320.443
Estados Unidos	232.353	222.218	200.627	241.026	231.905
Turquía	2.030	3.298	908	8.060	12.121
Sri Lanka	3	3.304	260	95.968	10.430
Taiwán	35	733	226	6.890	3.796
Italia	3.823	15.699	7.771	5.351	3.386
Francia	850	5.950	13.043	4.104	3.230
...
Colombia	36	-	10	3	113
...
TOTAL (Todos los países)	977.865	1.004.614	1.263.000	1.023.039	971.873

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS620891)*

*En esta partida se incluyen la importación de ropa interior y camisas de dormir para mujer y niña fabricados en algodón.

En Canadá, las importaciones totales, en el 2014 de ropa interior y camisas de dormir para mujer y niña fabricadas en algodón tuvieron un valor de US\$5.5 millones.

Desde el 2010 se ha presentado una disminución gradual de las importaciones totales para este producto en Canadá.

China había reportado los mayores valores de importación de este producto a Canadá. Sin embargo, sus exportaciones para el 2014 no superan el 50% de las que efectuó en el 2010.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	6.588.816	4.873.491	3.133.927	2.072.952	2.840.839
Turquía	1.150.836	934.823	745.935	443.061	909.462
Bangladesh	135.920	856.437	232.895	123.075	605.055
India	652.548	922.536	1.739.323	883.285	560.377
Camboya	40.850	623.596	169.035	1.238.767	78.907
Estados Unidos	69.495	84.640	124.031	83.139	75.511
Indonesia	35.334	19.558	82.039	123.657	73.103
Pakistán	570.441	318.844	509.102	230.261	65.419
...
Colombia	1.483	213	-	305	10
...
TOTAL (Todos los países)	10.260.571	9.351.982	7.158.452	5.611.195	5.529.212

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS621210)*

*En esta partida se incluyen la importación de brasier

En Canadá, las importaciones totales en el 2014 de brasieres tuvieron un valor de US\$218.1 millones.

Desde el 2010 se ha presentado un incremento gradual de las importaciones totales de este producto en Canadá.

China ha reportado los mayores valores de importación.

Las importaciones provenientes de Colombia, han presentado una disminución con respecto a los años anteriores. En el 2014, se importaron US\$40.663.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	108.878.074	122.131.041	114.177.737	134.499.542	133.488.619
Sri Lanka	3.977.981	5.611.260	10.546.386	14.121.909	16.984.348
Indonesia	13.721.927	13.111.316	9.242.691	9.816.867	8.271.360
Bangladesh	6.561.486	6.621.487	9.857.953	8.751.407	7.387.666
Tailandia	8.358.092	8.097.312	7.333.953	8.741.317	5.402.772
India	743.986	1.137.397	2.212.891	3.188.107	4.338.890
Marruecos	2.247.615	1.752.075	1.402.054	1.925.484	4.324.917
Túnez	5.507.859	4.645.635	4.634.696	4.045.935	4.305.068
...
Colombia	31.383	174.083	54.037	45.535	40.663
...
TOTAL (Todos los países)	188.965.686	194.806.089	194.429.261	224.358.007	218.156.191

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.



Balanza comercial

Para cada partida arancelaria se calculó la balanza comercial, presentando en todos los casos déficit, es decir que las importaciones de estos productos superaron en todos los casos las exportaciones de los mismos:

HS610821: Panties para mujer y niña fabricados en algodón

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	632.155	504.150	950.637	1.227.639	748.282
IMPORTACIONES	70.467.186	63.999.755	62.845.845	63.499.572	66.226.018
BALANZA COMERCIAL	-69.835.031	-63.495.605	-61.895.208	-62.271.933	-65.477.736

HS610822: Panties para mujer y niña fabricados en fibras sintéticas

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	3.882.251	1.772.330	2.330.957	2.640.895	2.067.375
IMPORTACIONES	59.901.277	61.637.754	64.523.648	84.187.890	83.863.412
BALANZA COMERCIAL	-56.019.026	-59.865.424	-62.192.691	-81.546.995	-81.796.037

HS610829: Panties para mujer y niña fabricados en otros textiles

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	53.945	14.301	14.710	4.363	112.283
IMPORTACIONES	977.865	1.004.614	1.263.000	1.023.039	971.873
BALANZA COMERCIAL	-923.920	-990.313	-1.248.290	-1.018.676	-859.590

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.



Balanza comercial

Para cada partida arancelaria se calculó la balanza comercial, presentando en todos los casos déficit. Es decir que las importaciones de estos productos superaron en todos los casos las exportaciones de los mismos:

HS620891: Ropa interior y camisas de dormir para mujer y niña fabricados en algodón

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	288.456	965.004	655.834	356.586	155.634
IMPORTACIONES	10.260.571	9.351.982	7.158.452	5.611.195	5.529.212
BALANZA COMERCIAL	-9.972.115	-8.386.978	-6.502.618	-5.254.609	-5.373.578

HS621210: Brasieres

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	16.464.219	13.371.880	17.601.494	20.367.006	17.933.137
IMPORTACIONES	188.965.686	194.806.089	194.429.261	224.358.007	218.156.191
BALANZA COMERCIAL	-172.501.467	-181.434.209	-176.827.767	-203.991.001	-200.223.054

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.

Mercado de VESTIDOS DE BAÑO



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS611249)*

*En esta partida se incluyen la importación de vestidos de baño para mujer y niña tejidos en fibras sintéticas.

En Canadá, las importaciones totales de vestidos de baño para mujer y niña fabricados a partir de fibras sintéticas en 2014, reportaron US\$94 millones de dólares aproximadamente.

China, Camboya y Vietnam fueron los tres principales países proveedores de este producto a Canadá.

Colombia se encontró en la octava posición, registrando un aumento constante de los valores de exportación a este país.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	45.562.768	60.847.528	56.602.895	60.114.228	58.962.620
Camboya	6.976.935	10.260.173	6.091.649	10.489.144	10.419.420
Vietnam	3.989.225	4.723.767	3.646.708	5.872.155	5.634.882
Indonesia	1.491.085	1.818.919	1.961.086	3.304.327	4.225.847
Estados Unidos	2.970.643	4.111.688	5.894.807	5.080.989	4.041.169
Sri Lanka	714.903	1.921.032	2.611.735	2.615.689	2.827.451
México	4.571.761	5.266.656	3.534.051	3.211.449	1.621.812
Colombia	60.792	102.779	500.172	1.014.504	1.306.568
...
TOTAL (Todos los países)	72.997.433	95.655.762	86.607.775	96.714.560	94.095.023

Fuente: Industry Canada, 2015. Valores en dólares americanos.



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS621112)*

*En esta partida se incluyen la importación de vestidos de baño para mujer y niña de tejido de punto.

En Canadá, las importaciones totales de vestidos de baño para mujer y niña tejidos, registraron un total de US\$4 millones de dólares en 2014.

China, Estados Unidos y Portugal fueron los tres principales países proveedores de este producto a Canadá.

Colombia se encontró en la posición número 18 para el año 2014, presentando una disminución de más del 90% comparado con el valor de importaciones de este producto a Canadá en el año 2011.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	2.051.203	4.253.407	3.209.488	1.661.517	1.563.046
Estados Unidos	1.583.965	2.017.039	742.122	355.476	1.030.643
Portugal	291.317	50.756	313.323	253.334	219.839
Vietnam	294.416	572.209	221.773	85.976	178.386
Tailandia	19.666	31.235	18.863	48.604	131.952
Túnez	8.503	102.193	36.793	20.262	83.438
República Checa	74.947	70.387	48.576	50.166	76.665
Bulgaria	40	1.030	1.631	2.960	66.682
...
Colombia	353.474	384.117	126.525	10.669	27.714
...
TOTAL (Todos los países)	7.457.348	10.455.080	6.675.363	3.487.490	4.002.258

Fuente: Industry Canada, 2015. Valores en dólares americanos.



Principales países proveedores *(Partida arancelaria: HS611249)*

*En esta partida se incluyen la importación de vestidos de baño para mujer y niña tejidos en otros textiles no especificados en otras partidas.

En Canadá, las importaciones totales de vestidos de baño para mujer y niña fabricados en otros textiles no especificados en otras partidas, reportaron US\$350.997 dólares en 2014. Esto represento una disminución de más del 60% del total anual, comparado con el año anterior.

China, Taiwán y Estados Unidos fueron los tres principales países proveedores de este producto a Canadá.

Colombia se encontró en la posición número 41, gracias a que en el 2014 no se reportó ninguna importación de este producto desde el país.

	2010	2011	2012	2013	2014
China	405.696	539.742	261.509	624.604	218.269
Taiwán	11.927	18.416	4.065	12.320	19.247
Estados Unidos	87.540	70.065	105.854	60.098	18.887
Camboya	5.957	-	13.965	1.262	16.658
Hong Kong	244	1.216	21.162	9.684	15.805
Sri Lanka	8	8.848	4.520	37	11.375
Italia	5.443	20.426	6.959	12.580	9.738
Portugal	2.629	1.546	513	282	5.396
...
Colombia	31	3.333	1.772	5.157	-
...
TOTAL (Todos los países)	590.108	750.359	630.255	893.883	350.997

Fuente: Industry Canada, 2015. Valores en dólares americanos.



Balanza comercial

Para cada partida arancelaria se calculó la balanza comercial, presentando en todos los casos déficit, es decir que las importaciones de estos productos superaron en todos los casos las exportaciones de los mismos:

HS611241: Vestidos de baño para mujer y niña tejidos en fibras sintéticas

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	7.452.331	5.586.687	6.164.177	5.458.425	3.938.612
IMPORTACIONES	72.997.433	95.655.762	86.607.775	96.714.560	94.095.023
BALANZA COMERCIAL	-65.545.102	-90.069.075	-80.443.598	-91.256.135	-90.156.411

HS611249: Vestidos de baño para mujer y niña tejidos en otros textiles no especificados en otras partidas

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	16.678	13.750	14.658	14.028	13.074
IMPORTACIONES	590.108	750.359	630.255	893.883	350.997
BALANZA COMERCIAL	-573.430	-736.609	-615.597	-879.855	-337.923

HS621112: Vestidos de baños para mujer y niña tejidos

	2010	2011	2012	2013	2014
EXPORTACIONES	22.219	90.413	47.764	126.125	75.675
IMPORTACIONES	7.457.348	10.455.080	6.675.363	3.487.490	4.002.258
BALANZA COMERCIAL	-7.435.129	-10.364.667	-6.627.599	-3.361.365	-3.926.583

Fuente: Industry Canada. 2015. Valores en dólares americanos.

REQUERIMIENTOS del mercado

Requerimientos del mercado

Materia Prima

Fibras Naturales: Se llama fibra natural a los fragmentos, hebras o pelo, cuyo origen está en la Naturaleza, y que pueden hilarse para dar lugar a hilos o cuerdas. Entre las fibras naturales permitidas en el mercado canadiense se encuentran:

Fibras naturales permitidas	
Abacá	Lino
Asbesto	Pelo de Alpaca
Algodón	Pelo de Camello
Cáñamo	Plumas de aves acuáticas
Caucho	Plumas de pato
Cashmere	Plumas de ganso
Kapok	Plumas de cisne
Lana	Ramina
Lana de Alpaca	Seda
Lana de Cordero	Sisal
Lana de Llama	Yute



Fuente: Industry Canada

Requerimientos del mercado

Materia Prima

Fibras Químicas: Dentro de esta categoría se incluyen las fibras sintéticas, que son fibras textiles que provienen de diversos productos derivados del petróleo, y las fibras artificiales, que no son consideradas como sintéticas pues proceden de materiales naturales, básicamente celulosa. Dentro de la categoría de fibras químicas permitidas en el mercado canadiense se encuentran:



Fibras químicas permitidas	
Acetato	Nytril
Acrílico	Olefina
Anidex	Poliéster
Azlon	Poliuretano
Caucho	Poliamida aromática
Cloruro de polivinilo	Rayón de cupramonio
Fluorofibra	Spandex o elastano
Fibra de vidrio	Saran
Lastrile	Triacetato
Lyocell	Vinal
Nylon	

Fuente: Industry Canada

Requerimientos del mercado

Precios



- Los precios al por menor en tiendas de prendas de vestir y accesorios se elevaron en un **+0.4%**, pero los márgenes descendieron en un **-0.8%** en el primer trimestre del **2013**.
- Las ventas de textiles al por mayor declinaron a \$928 millones en julio 2013. 2% por debajo de los \$947 millones en julio 2012.
- Los importadores canadienses por lo general tratan de obtener derechos exclusivos de importación. Para grandes rangos de producción, la costumbre es ofrecer descuentos en el precio entre *5% al 10%*. Esto le permite al mayorista cubrir sus costos de operación y mantener como promedio un margen bruto de aproximadamente 51.5%, lo que es significativamente más que el margen bruto promedio del 26.9% en el comercio minorista combinado en Canadá.
- Los márgenes mayoristas en los sectores de prendas de vestir y textiles están cerca al 34%, comparados con el 16.7% en el sector mayorista general en Canadá.

Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá

Requerimientos del mercado

Etiquetado

Las etiquetas pueden tener una variedad de formas como:

- Etiquetas tejidas o impresas que son cocidas planas o a lo largo de un borde.
- Imprimiendo la información requerida en una envoltura, paquete o envase.
- Imprimiendo la información requerida directamente en el artículo (siempre que toda la información esté en un solo lugar y deben permanecer legibles durante por lo menos diez limpiezas del artículo)
- Etiquetas impresas que se aplican con un adhesivo o de otra manera (etiquetas colgantes).



Etiquetas colgantes

Las etiquetas colgantes pueden ser usadas cuando se tiene un beneficio de valor agregado, cuando el producto tiene características específicas, fue diseñado por algún diseñador reconocido, la tela es de alta calidad o fue hecho a mano, entre otras.

Este tipo de herramienta de mercadeo, si se utiliza de manera correcta, puede llamar la atención del consumidor y puede justificar un mayor precio.

Las etiquetas de colgar deben ser diseñadas en conjunto con su comprador.

Requerimientos del mercado

Etiquetado

¿Dónde fue fabricada?

Si la prenda no fue fabricada en Canadá, debe especificar **"MADE IN COLOMBIA"** para indicar el país de origen.

¿Quién la fabricó?

La empresa responsable de fabricar la prenda debe ser identificada en la etiqueta, ya sea por el nombre y dirección de la empresa y/o por el número CA (distribuidor) de 5 dígitos.

¿En qué idioma?

El producto debe tener dos etiquetas separadas en inglés y en francés.

¿Cómo la cuida?

Las etiquetas con instrucciones para el cuidado no son obligatorias pero son altamente recomendadas tanto a nivel minorista como mayorista. La mayor parte de los consumidores canadienses están familiarizados con el sistema canadiense "traffic light system" o sistema de semáforo, donde el color rojo, verde y ámbar, son los símbolos para lavar, blanquear, secar y para limpieza en seco.

¿Cuál es su contenido?

Si la prenda de vestir contiene más del 5% de una o más fibras en particular, deberán estar enumeradas e indicadas en la etiqueta con su nombre genérico en inglés y en francés como porcentaje del total de la masa.



Requerimientos del mercado

Etiquetado

Etiquetas Privadas o Marca Propia

Existe una tendencia popular en Canadá hacia las etiquetas privadas, donde los principales minoristas y almacenes de cadena buscan lograr mayores márgenes, al tiempo que se ofrece a los consumidores productos que son manufacturados de acuerdo con sus necesidades. Las etiquetas privadas pueden llegar a cubrir entre el 10% y el 50% de la existencia de productos por tienda.

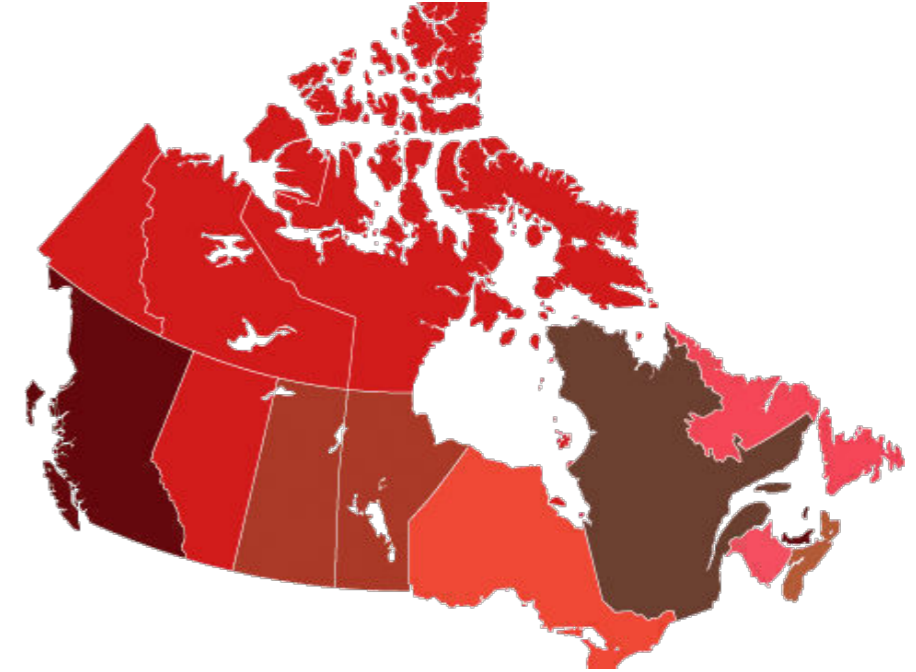
En este caso, el proveedor debe estar preparado para cumplir con requerimientos estrictos en términos de color, tela, estilo, tamaños, calidad, etiquetado y precio. Las tiendas siempre piden sus existencias de etiqueta privada muy temprano en la temporada, ya sea directamente (con un proveedor bien conocido) o por medio de sus propios agentes u oficinas de compra.

El no cumplir con los estándares mínimos hará que el producto no se pueda vender en Canadá. Los exportadores deben verificar con el importador los detalles de las especificaciones y lo que es permitido antes de producir para el mercado canadiense.

Regulaciones del mercado

Legislación nacional

- Es vital el aprovechamiento de las ventajas del TLC entre los dos países. El arancel base para estos productos es de 18%, pero para productos con certificado de origen colombiano, *el arancel es de 0%*.
- Las importaciones de textiles y confecciones deben pagar un 5% de Impuesto a los Bienes y Servicios (GST) aplicado al valor de la importación, incluyendo el pago de arancel y de cualquier otro impuesto. Este impuesto se debe pagar a Revenue Canada por el importador apenas la mercancía sea liberada en la aduana.
- El impuesto al valor agregado de estos productos varía según la provincia y varía entre el 5% y el 13%.
- Todas las provincias, excepto Alberta, tienen un impuesto a la venta al por menor (Retail Sales Tax).



PST (Provincial Sales Tax)
Impuesto provincial específico que solo aplica dentro de la provincial.

GST (Goods and Services Tax)
Impuesto federal del 5% en la mayoría de los bienes y servicios vendidos en Canadá para consumo doméstico.

HST (Harmonized Sales Tax)
Impuesto combinado que incluye el GST (impuesto federal) y el PST (impuesto provincial).

Reglamentación

Reglamentación

El mercado canadiense está regulado por el Ministerio de Salud, agencias provinciales y agencias privadas.

Los estándares y directrices para productos de vestimenta y textiles, detallados por el Ministerio de Salud de Canadá, incluyen:

- **Flammability (Inflamabilidad):** Las telas usadas para ropa de dormir de niños y muebles tapizados deben cumplir con las estrictas directrices de inflamabilidad.
- **Sizing (Tamaños):** Existen estándares específicos para el tamaño y diseño de ropa de dormir para niños.
- **Drawstrings (Cordones):** Existen guías de orientación para que los consumidores seleccionen ropa para exteriores y otros productos con cordones.
- **Articles made from down and feather (Artículos hechos de plumón y pluma):** Todos los artículos de vestimenta que contienen aislamiento requieren una etiqueta de la *Ley para artículos con rellenos*. El código para cada etiqueta es específico para la empresa manufacturera que produce el producto. Existen agencias provinciales en Quebec, Ontario y Manitoba que hacen cumplir la reglamentación concerniente a artículos tapizados y con rellenos.

Fuente: www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/child-enfant/access/index-eng.php

Reglamentación

Además del Ministerio de Salud, varias agencias regulan estos productos en pro de la seguridad de los consumidores canadienses. Entre estas se encuentran:

- *Bureau de normalisation du Québec* (Oficina de reglamentación de Quebec)
- *Canadian General Standards Board* (Consejo canadiense de estándares generales)
- *Canadian Intellectual Property Office* (Oficina canadiense de propiedad intelectual)
- *Competition Bureau* (Oficina de competencias)
- *Consumer Packaging and Labelling Act and Regulations* (Ley y reglamentación de empaquetado y etiquetado para el cliente)



Reglamentación

La reglamentación clave que afecta a los productos que cubre este informe, incluyen:

- *Marking of Imported Goods Order* (Marcación de un pedido de bienes importados);
- *Textile Labelling and Advertising Regulations* (Reglamentación para etiquetado y publicidad en textiles);
- *Hazardous Products Act* (Ley de productos peligrosos);
- *Customs Tariffs Act* (Ley de aranceles aduaneros).

*Por lo tanto se aconseja revisar cada uno de estos documentos por información más específica en el siguiente link:

www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/child-enfant/access/index-eng.php

DISTRIBUCION Y COMPETENCIA

Distribución

Las tiendas minoristas varían en tamaño y especialidad; pasando por grandes tiendas de departamentos a independientes más pequeñas (con 1 a 4 puntos de ventas).

Tienda por departamento de alto nivel

	Volumen de ventas	Precios
HOLT RENFREW		\$\$\$

Tiendas para mercado medio

	Volumen de ventas	Precios
		\$\$

Tiendas de descuento y comercializadores en masa

	Volumen de ventas	Precios
		\$ - \$\$

Boutiques especializadas

VICTORIA'S SECRET

Victoria's Secret es considerada la marca líder en ropa interior para mujeres en Norteamérica, operando cerca de 1.100 boutiques especializadas entre Estados Unidos y Canadá.

Entre sus productos ofrece no sólo conjuntos de ropa interior, sino también fragancias y perfumes, maquillaje y productos de belleza.

Victoria's Secret vende al mercado juvenil bajo la marca PINK; igualmente entre sus productos ofrecidos se encuentran conjuntos de ropa interior, vestidos de baño, ropa de dormir, deportiva y fragancias.



VICTORIA'S SECRET



Países de fabricación:

Bangladesh
China
Sri Lanka

Precios:



CAD\$42 – \$118



CAD\$13 – \$60

Boutiques especializadas

La SENZA
LINGERIE

El mercado objetivo de La Senza es mujeres entre 18 y 35 años. Ofrece ropa interior, ropa de dormir, productos de belleza y fragancias, que se venden a través de La Senza, La Senza Express, y tiendas de La Senza Spirit.

En general, La Senza posee y opera cerca de 250 tiendas en Canadá, y 460 tiendas en franquicia en 40 países alrededor del mundo.





Países de fabricación:

China
Sri Lanka
Vietnam

Precios:



CAD\$30 - \$50



CAD\$14 - \$25

Boutiques especializadas



Aerie es la boutique especializada en ropa interior y vestidos de baño para mujeres de American Eagle Outfitters.





Países de fabricación:

China
Sri Lanka
Vietnam
Bangladesh

Precios:



CAD\$25 - \$45



CAD\$10 - \$18



Almacenes de cadena

H&M



El mercado objetivo de H&M es de hombres y mujeres entre 18 y 45 años. Asimismo ofrece colecciones para niños y cosméticos.

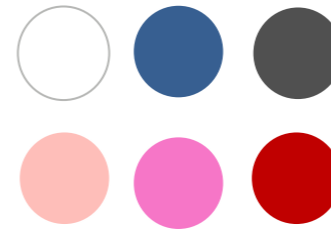
Opera alrededor de 2.470 tiendas en 35 países. Alemania representa más del 20% de sus ventas totales.



Países de fabricación:

Bangladesh
China
Sri Lanka
Turquía
Indonesia

Paleta de colores:



Precios:



CAD\$12 – \$30



CAD\$8 – \$18



Almacenes de cadena

FOREVER 21®



El mercado objetivo de Forever 21 es de hombres y mujeres entre 18 y 45 años; igualmente ofrece colecciones para niños y cosméticos.

Opera alrededor de 2.470 tiendas en 35 países, y Alemania representa más del 20% de sus ventas totales.

FOREVER 21®



Países de fabricación:
China
Bangladesh

Precios:



CAD\$11 - \$20



CAD\$4 - \$5



TENDENCIAS del producto: Ropa interior



Tendencias del producto Ropa Interior y Vestidos de Baño

Materia prima

- El nylon y la lycra son los materiales normalmente más solicitados en el mercado canadiense. Como característica específica, se busca que las telas sean elásticas transversal y longitudinalmente (4-way stretch).
- Se requieren telas firmes, pero lo más suaves posible. Los diseños y colores de la tela deben ser duraderos.
- Los vestidos de baño con cosmetotextiles son una tendencia que está cobrando importancia en el mercado. Los cosmetotextiles son textiles con propiedades cosméticas hechos a través del proceso de micro-encapsulación.

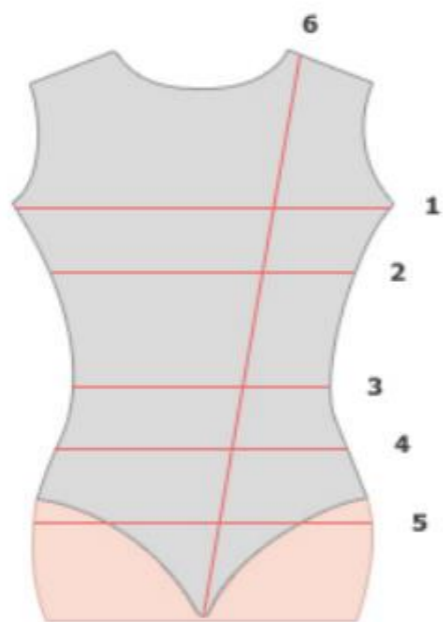


Tendencias del producto

Tallaje Ropa Interior

Las tallas canadienses son más grandes que las colombianas. Se usan tallas XS, S, M, L y XL equivalentes a las tallas de EE.UU.

Hay una alta tendencia en el mercado norteamericano de tallas plus: XXL, XXXL.



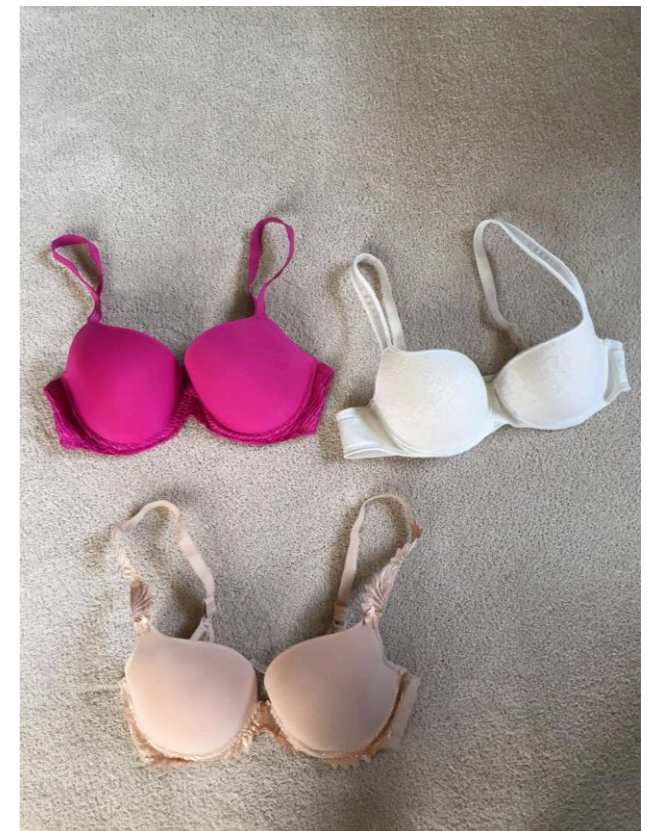
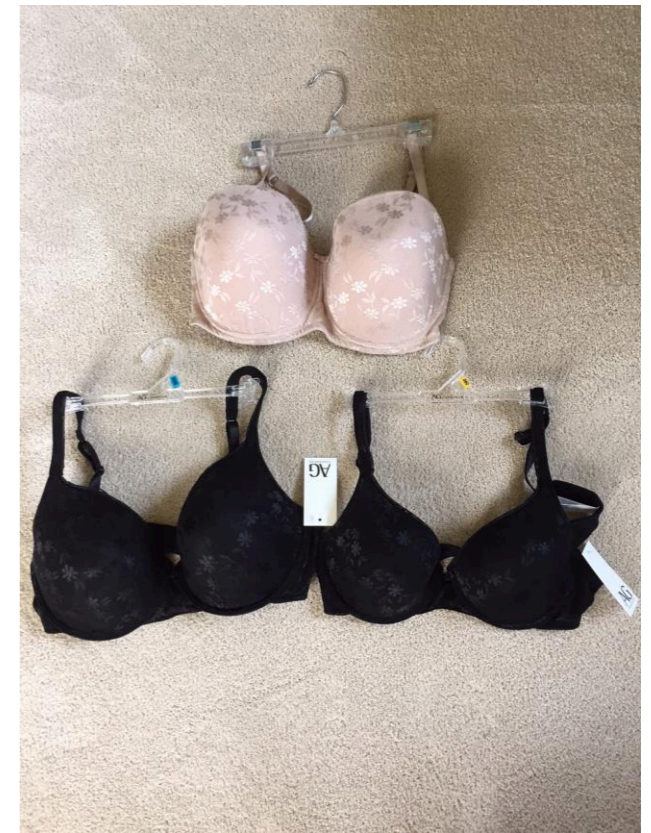
	Tamaño de la banda					
	30	32	34	36	38	40
Medida debajo del busto (pulgadas)	24, 25, 26	26, 27, 28	28, 29, 30	30, 31, 32	32, 33, 34	34, 35, 36
Copa	30	32	34	36	38	40
A	29½ – 30¼	32¼ – 33	34¼ – 35	36¼ – 37	38¼ – 39	40¼ – 41
B	30¼ – 31	33 – 33¾	35 – 35¾	37 – 37¾	39 – 39¾	41 – 41¾
C	31 – 31¾	33¾ – 34¾	35¾ – 36¾	37¾ – 38¾	39¾ – 40¾	41¾ – 42¾
D	31¾ – 32¾	34¾ – 35½	36¾ – 37½	38¾ – 39½	40¾ – 42	42¾ – 44
DD	32¾ – 33½	35½ – 36¼	37½ – 38¼	39½ – 40¼	41½ – 42¼	43½ – 44¼
E	33½ – 34¼	36¼ – 37	38¼ – 39	40¼ – 41	42¼ – 43	44¼ – 45

Debe haber variedad de tallas, preferiblemente con copas de la 'A' a la 'G'.

Tendencias del producto

Ropa interior *Colores y diseño*

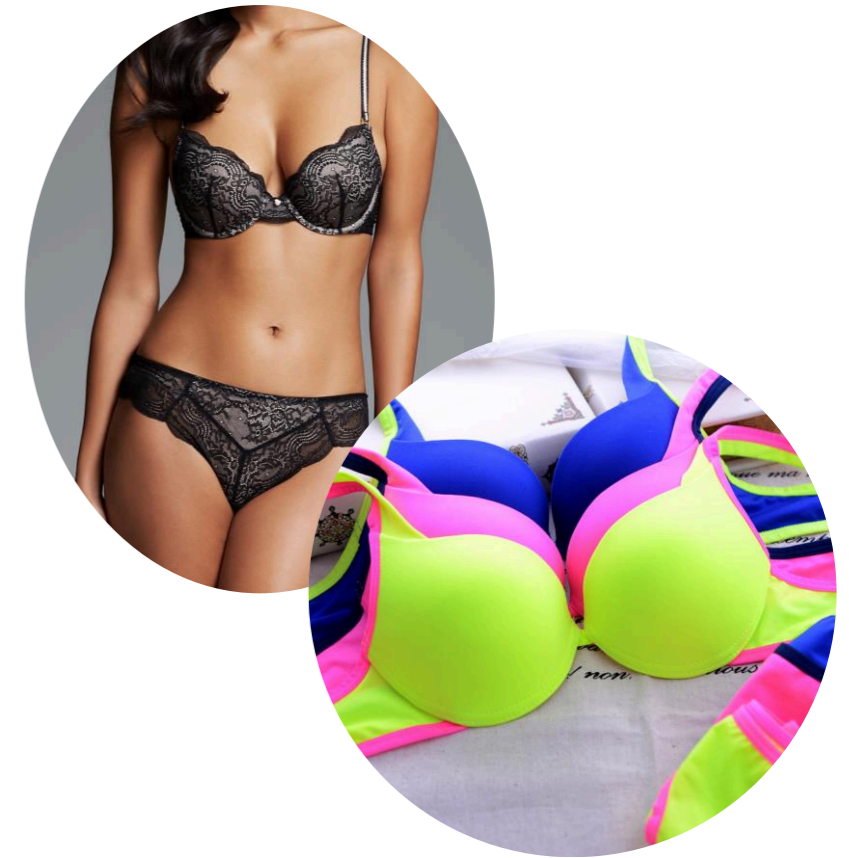
- Los tonos pasteles siempre representarán la elección principal de las canadienses, al igual que los colores neutrales como el negro y el blanco.
- En los conjuntos que se venden a mujeres más jóvenes predominan los colores neón y más llamativos.
- En términos de diseño, las copas tienden a ser más grandes que los diseños colombianos. Prevalece el uso de almohadillas grandes dentro de las nuevas colecciones.
- Generalmente los conjuntos se compran por separado, es por esto que la característica Mix&Match prevalece.
- Las consumidoras jóvenes canadienses utilizan panties más grandes y con estampados llamativos.
- Los panties, en tamaño tienden a ser más pequeños en Colombia.




Tendencias del producto


Ropa interior *Colores y diseño*

- Los estilos deben ser iguales en todas las tallas. El hecho que un brasier sea de copa grande no significa que tenga que tener un estilo más conservador.
- La forma de la copa debe ser profunda para evitar que el busto se salga lateralmente.
- Los diseños deben ser lisos, sin costuras, ya que es el más demandado en el mercado norteamericano.
- Las canadienses están dispuestas a pagar precios altos, por un buen diseño y buena calidad. Los precios pueden variar de \$CAD65 - \$CAD200





TENDENCIAS del producto: Vestidos de baño



Tendencias del producto

Vestidos de baño

Colores

- El azul y el negro son los colores preferidos y se venden fácilmente en todos los tonos.
- El azul marino, el turquesa y el rojo clásico son los mas vendidos.
- Los colores brillantes son los más buscados por las consumidoras jóvenes.
- Es importante destacar que cada temporada se imponen colores nuevos.



Tendencias del producto

Vestidos de baño

Diseño

- Los estilos más vendidos son tankinis, bikinis y los de una sola pieza.
- Los estilos de un sólo hombro y los monokini son los más difíciles de vender. Los compradores evitan pedirlos.
- A diferencia de la oferta colombiana, los consumidores canadienses prefieren juegos con tops de copas más grandes y panties más pequeños.
- Algunos compradores compran tops M y panties S para balancear los conjuntos.
- Mix & Match: tops y bottoms que se puedan vender por separado y que hagan juego entre sí.

Bikini



Tankini



Monokini



Tendencias del producto

Vestidos de baño

Diseño

TOP:

- Dentro de los bikinis, los de triángulos y los strapless son los más populares.
- Los tankinis se han posicionado como una opción ante el vestido de baño enterizo, por lo que se recomienda tener oferta de este estilo.
- Preferencia por los tops con copas que den forma.
- Si no tienen copas, se busca que tengan almohadillas o algo que de forma y soporte.

PANTY:

- Las consumidoras prefieren un corte intermedio en el panty, que proporcione más cobertura.
- Actualmente existe una tendencia de panties de talle alto.



Tendencias del producto

Vestidos de baño

Diseño

- La consumidora de mayor poder adquisitivo es la mujer adulta. Por lo tanto, es importante considerar que en esa edad la mujer no tiene un cuerpo tan delgado como en sus años de adolescencia. Las copas de los tops tienen que tener un muy buen soporte.
- Por la misma razón, los strapless deben venir con la opción de tiras, de tal manera que si la mujer tiene un busto pesado, se decida a comprar un strapless si tiene esa ventaja de diseño.
- Para el público de edad adulta, se debe producir panties con mayor cobertura que los que se usan en Colombia. La mujer Canadiense no le gusta exhibir demasiado su cuerpo.
- También en este punto es de notar que muchas mujeres indagan por trajes de baño que tengan "boyfriend shorts" o lo que en Colombia se conoce como cachetero.

Bikini



Tankini



Monokini



Tendencias del producto

Vestidos de baño

Diseño


- Los vestidos de baño de competencia o entrenamiento se posicionan como una oportunidad importante en el mercado canadiense.
- Este es un segmento importante ya que existe mucha gente en Canadá que practica deportes acuáticos de manera regular. Los vestidos de baño que se puedan utilizar para los dos propósitos, moda y deporte, tienen una alta demanda en el mercado canadiense.
- Es importante que los vestidos de baño de competencia sean funcionales y que estén disponibles en tallas de adulto para mujeres y hombres, así como para niños y niñas.
- Es necesario ofrecer precios competitivos al mercado canadiense.




Prácticas COMERCIALES

Calidad de inspección

- El producto debe ofrecer *viabilidad comercial real* para el comprador canadiense. La calidad y el abastecimiento deben ser consistentes y confiables.
- Es indispensable manejar **el idioma** (inglés y/o francés).
- *Asegúrese de estar siempre disponible y de mantener una comunicación, constante y continua* para crear confianza y una positiva relación comercial.
- Los principales minoristas negocian a través de *plataformas digitales* como: email, whatsapp, etc.
- Proporcione *precios reales y competitivos*. Evite negociar y ofrezca descuentos por rango de producción.
- *Cumpla con los plazos* establecidos e informe oportunamente inconvenientes en las entregas.



Las principales épocas de compra son primavera (marzo a mayo), verano (junio a agosto) y Navidad.



- 📌 Uno de los aspectos más importante para entrar y posicionarse en el mercado Canadiense es el **mercadeo** o 'branding' de su producto.
- 📌 Asegúrese de contar con una fuerte estrategia de promoción presencial y digital:
 - ✓ Página web en ingles y/o francés
 - ✓ Catálogos por temporada, mostrando estilos y precios con descuentos por cantidades de producción
 - ✓ Asista a ferias locales e internacionales que tengan repercusión en Canadá
 - ✓ Presentación del perfil de su empresa en ingles y/o francés.
- 📌 No es suficiente tener un agente o distribuidor en Canadá, para posicionarse en el mercado (marca colombiana).



Catálogos y listados de precios

▣ Los catálogos deben tener:

- ✓ Las colecciones completas de cada temporada
- ✓ Referencias de los modelos
- ✓ Precios por producto y descuentos por rango de producción
- ✓ Tallas, colores y diseños disponibles por modelo
- ✓ Fotos de alta calidad
- ✓ Tipos de copa o soportes que ofrece cada producto
- ✓ Especificaciones como tiras ajustables, almohadillas removibles, funciones de control, si es doble faz, etc.
- ✓ El catálogo debe estar disponible en la página web.

Ferias internacionales

Es importante tener presencia en ferias internacionales para revisar tendencias de la industria, y en muchas ocasiones, mantener relaciones comerciales con los compradores.

Entre las mas populares se encuentran:



MAGIC MARKET WEEK
Febrero, Las Vegas (USA)



COUTURE FASHION WEEK
Nueva York, París, Milán, Florencia, Londres

Ferias nacionales



TORONTO Fashion Week
(OCTUBRE)



MONTREAL Fashion Week
(SEPTIEMBRE)



VANCOUVER Fashion Week
(SEPTIEMBRE)



CANADA'S DEFINITIVE TRADE SHOW FOR FASHION ACCESSORIES

TORONTO MODE ACCESORIES SHOW
Única feria en Canadá dedicada a los accesorios de moda para mujeres, vestimenta casual y artículos de moda. Se realiza cada seis meses, en enero y agosto.



THE APPAREL TRENDS SHOW
Involucra la participación de representantes de ventas mayoristas exhibiendo ropa para hombres, damas, niños, y actividades específicas, entre otros. Se lleva a cabo cada año en Edmonton, Alberta en marzo y septiembre.

Ferias nacionales



THE ULTIMATE WOMEN'S SHOW

Feria dirigida al consumidor final, donde se exhiben las últimas tendencias de belleza, moda y salud. Se realiza en el mes de febrero en Regina, Saskatchewan.



THE NATIONAL WOMEN'S SHOW

La feria más grande de Canadá dirigida solo a mujeres, se realiza en diferentes ciudades alrededor del país y exhibe desde las últimas tendencias en prendas de vestir hasta paquetes de belleza.

Toronto (Octubre)
Montreal (Marzo)
Ottawa (Octubre)
Quebec (Marzo)
Winnipeg (Abril)



FESTIVAL MODE & DESIGN

Festival que se desarrolla en las calles de Montreal y exhibe los diseños de más de 100 diseñadores canadienses y extranjeros. Se realiza en el mes de agosto en Montreal.

ASPECTOS SOCIO- CULTURALES

- ❑ La responsabilidad social corporativa es un aspecto relevante para el mercado canadiense. La empresa productora debe cumplir con políticas sociales y medioambientales como:
 - ✓ Procesos de producción, telas y empaques limpios, reciclables y amigables con el medio ambiente.
 - ✓ Queda registrado de que manera se despacha la mercancía para verificar una posible reclamación futura?

- ❑ Canada es uno de los países mas diversos y con una alta multiculturalidad que favorece a empresas que defiendan minorías. Al momento de hacer negocios la balanza de un exportador tiende a ser mas favorable si en ella laboran funcionarios pertenecientes a una minoría étnica.

- ❑ Es importante conocer y entender las diferencias socioculturales entre Canada y Colombia. Elementos indispensables que pueden fortalecer una relación comercial o terminarla.

- ❑ Ejemplos:
 - ✓ Puntualidad
 - ✓ Transparencia en precios finales (cumplir con la palabra)
 - ✓ Respuestas inmediatas a correos
 - ✓ Cumplimiento con entregas y citas telefónicas y/o presenciales
 - ✓ Uso de canales digitales y redes sociales
 - ✓ Catálogos en Ingles y Francés en lo posible

GRACIAS

GRACIAS
MERCİ
THANK YOU
OBRIGADO
DANKE
TEŞEKKÜRLER
СПАСИБО
谢谢
ありがとう
감사합니다