

Estudio de Mercado - Canadá

Grifería para Baños y Cocina



➤ *Baños (Llaves para lavamanos, duchas y tinas)*

➤ *Cocina (Llaves para lavaplatos)*

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
Juan Pablo Fajardo

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 – Grifería para baños y cocina. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 135 páginas.

Estimado Empresario:

La búsqueda de acuerdos comerciales que nos permitan como país ampliar los escenarios y mercados de exportación, nos reta como PROEXPORT a apoyar en forma directa a los empresarios en sus iniciativas exportadoras, ofreciendo servicios dentro de un modelo de gestión comercial y compartiendo un conocimiento más detallado sobre los mercados y sus oportunidades.

Para lograr lo anterior, PROEXPORT, con inversión de recursos propios y de cooperación técnica no-reembolsables del BID-FOMIN, emprendió una labor de recolección y análisis de información de primera mano en los principales mercados de interés a través de la contratación de consultorías internacionales especializadas en investigaciones de mercados. Los resultados de estos trabajos permitieron analizar y conocer la dinámica comercial de los sectores en los cuales existe un potencial para nuestras exportaciones, así como detallar aspectos de competitividad, información valiosa para la orientación de las iniciativas exportadoras de nuestros empresarios.

La información que contiene este estudio, sobre la dinámica del sector, la demanda y consumo, la situación competitiva de los productos, estructura y características de la comercialización y logística de acceso al mercado, es una contribución e invitación a profundizar y conocer aspectos que nos permitan avanzar en la realización de negocios en escenarios internacionales.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'LGP' with a stylized flourish.

Luis Guillermo Plata P.
Presidente PROEXPORT

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCION	5
INFORMACION GENERAL	6
COBERTURA DEL REPORTE	7
COMPOSICIÓN Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO	10
TAMAÑO DEL MERCADO	10
DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	12
EXPORTACIONES	13
IMPORTACIONES	15
IMPORTACIONES HS 8481800071: (GRIFERÍA, PLATEADA, UN SOLO CONTROL, OPERADA MANUALMENTE):	16
IMPORTACIONES HS 8481800072 (GRIFERÍA, PLATEADA, CONTROL DUAL, OPERADA MANUALMENTE)	17
IMPORTACIONES HS 8481800073	19
IMPORTACIONES HS 8481800079: (GRIFERÍA Y VÁLVULAS DE DESAGÜE, OPERADAS O ACTIVADAS MANUALMENTE)	21
CONSUMO APARENTE	24
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO	25
SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO	25
CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO CANADIENSE DE GRIFERÍA:	26
GRIFERÍA ESTÁNDAR	26
GRIFERÍA DE LUJO:	27
CARACTERÍSTICA DE LA DEMANDA	27
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	29
COMPETENCIA LOCAL:	29
BELANGER:	31

ATLAS BARIAS & CERAMIKES INC:	31
BLANCO CANADÁ INC:	32
UNILAB :	32
ZURN INDUSTRIES LIMITED:	33
COMPETENCIA INTERNACIONAL	33
PRODUCTOS ENCONTRADOS EN EL MERCADO:	38
PRECIO DE LA COMPETENCIA	38
ESTRATEGIA PROMOCIONAL DE LA COMPETENCIA	50

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN **52**

SHOWROOMS:	53
COMPAÑÍAS CONSTRUCTORAS:	53
RONA	54
HOME DEPOT	57
CANADIAN TIRE	62

ACCESO AL MERCADO **65**

TARIFAS ARANCELARIAS	65
IMPUESTOS	67
REQUISITOS DE ENTRADA Y DE REGLAMENTACIÓN	67
LA CERTIFICACIÓN CSA ES LA MARCA NUMERO UNO PARA PLOMERÍA Y PRODUCTOS RELACIONADOS, EN ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ. SE ACONSEJA AL EXPORTADOR OBTENER ESTA CERTIFICACIÓN PARA VENDER O EXPORTAR SUS PRODUCTOS TANTO A CANADÁ COMO USA.	68

DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL **70**

ASPECTOS GENERALES DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN CANADÁ	70
INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE EN CANADÁ	70
Puertos	70
Aeropuertos	71
Carreteras	72
Vías Férreas	72
Servicios Intermodales	72
Integración con Estados Unidos	73
MODALIDADES DE TRANSPORTE	74
Transporte aéreo	74
Transporte marítimo	77
Transporte Terrestre	80
TARIFAS	85
TIEMPOS DE TRÁNSITO APROXIMADOS PARA DIFERENTES PUERTOS ENTRE COLOMBIA, CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS.	87
DOCUMENTACIÓN DE IMPORTACIÓN	88

REQUISITOS PARA IMPORTAR MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL.	92
ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL PARA ARTÍCULOS PARTICULAR	94
CONTACTOS PARA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	96
RECOMENDACIONES GENERALES AL EXPORTADOR COLOMBIANO	100
GENERALIDADES DEL PROCESO DE COMPRA Y PAGO.	101

PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES **103**

PERSPECTIVAS	103
OPORTUNIDADES	104
RECOMENDACIONES GENERALES	106

ANEXOS **109**

ANEXO 1: CONTACTOS IMPORTANTES	109
PERSONAL DE CONTACTO	110
ANEXO 2: DISTRIBUIDORES DE GRIFERÍA	116
ANEXO 3: TIPO DE CAMBIO ENTRE EL DÓLAR CANADIENSE Y EL DÓLAR AMERICANO	122
ANEXO 4: RESUMEN DE PASOS PARA APLICAR A LA CERTIFICACIÓN OTORGADA POR CSA	123

TABLAS

TABLA 1: CLASIFICACIÓN ARANCELARIA HS 8481.80 _____	8
TABLA 2: CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL DE NORTE AMÉRICA (SCIAN)(NAICS)_____	9
TABLA 3: PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DE PRODUCTOS METÁLICOS EN CANADÁ _____	10
TABLA 4: PRODUCCIÓN DOMESTICA EN LOS SECTORES DE CONSTRUCCIÓN Y RENOVACIÓN	12
TABLA 5: BALANZA COMERCIAL_____	13
TABLA 6: EXPORTACIONES Y RE-EXPORTACIONES DE GRIFERÍA GENERAL HS 848180 _____	13

TABLA 7: EXPORTACIONES DOMÉSTICAS DE GRIFERÍA GENERAL POR PAÍS, CÓDIGO HS 848180. 2004 _____	14
TABLA 8: TOTAL IMPORTACIONES GRIFERÍA GENERAL _____	15
TABLA 9: TOTAL IMPORTACIONES GRIFERÍA PARA BAÑO Y COCINA _____	15
TABLA 10: CONCENTRACIÓN DEL MERCADO HS 8481800072. CANADÁ _____	17
TABLA 11: PRINCIPALES IMPORTADORES GRIFERÍA HS 8481800072 _____	18
TABLA 12: CONCENTRACIÓN DEL MERCADO HS 8481800073. _____	20
TABLA 13: PRINCIPALES IMPORTADORES GRIFERÍA HS 8481800073 _____	21
TABLA 14: CONCENTRACIÓN DEL MERCADO HS 8481800079. _____	21
TABLA 15: PRINCIPALES IMPORTADORES GRIFERÍA HS 848180079 _____	22
TABLA 16: CONSUMO APARENTE DE LA INDUSTRIA DE VÁLVULAS METÁLICAS EN CANADÁ (NAICS 33291) _____	24
TABLA 17: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. \$100 - \$199 _____	39
TABLA 18: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. \$200 - \$299 _____	40
TABLA 19: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. \$300 - \$399 _____	40
TABLA 20: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. \$400 - \$499 _____	41
TABLA 21: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS \$500 - \$749 _____	42
TABLA 22: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. \$750 - \$999 _____	42
TABLA 23: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS. PRECIOS MENORES DE \$100 _____	43
TABLA 24: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS. PRECIOS DE \$100 - \$199 _____	43

TABLA 25: GRIFERÍA PARA LAVAPLATOS. PRECIOS \$200 - \$299 _____	44
TABLA 26: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS UNA SOLA MANILLA. \$300 - \$399 _____	45
TABLA 27: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS UNA SOLA MANILLA. \$400 - \$499 _____	45
TABLA 28: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS UNA SOLA MANILLA. \$500 - \$749 _____	46
TABLA 29: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS UNA SOLA MANILLA. \$750 - \$999 _____	46
TABLA 30: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS 4’’ SEPARACIÓN. \$100- \$199 _____	46
TABLA 31: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS 4’’ SEPARACIÓN. \$200 - \$299 _____	47
TABLA 32: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS 4’’ SEPARACIÓN. PRECIOS \$300- \$399 _____	47
TABLA 33: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS, UNIDAD CENTRAL. PRECIOS \$-100 _____	47
TABLA 34: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS, UNIDAD CENTRAL. PRECIOS \$100 - \$199 _____	48
TABLA 35: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS, UNIDAD CENTRAL. PRECIOS \$200 - \$299 _____	49
TABLA 36: GRIFERÍA PARA LAVAMANOS, UNIDAD CENTRAL. PRECIOS \$300 - \$399 _____	50
TABLA 37: CAPACIDAD DE CARGA POR TIPO DE AERONAVE (EJEMPLOS) _____	77
TABLA 38: NORMAS Y RESTRICCIONES PORTUARIAS EN CANADÁ _____	79
TABLA 39: PAÍSES SIN PERMISO DE INGRESO A TERRITORIO FLUVIAL CANADIENSE. _____	79
TABLA 40: CUADRO COMPARATIVO DE DISTANCIAS ENTRE PRINCIPALES PUERTOS Y CENTROS COMERCIALES DE CANADÁ. _____	81
TABLA 41: TABLAS DE PRECIOS DE TRANSPORTE. _____	85
TABLA 42: INFORMACIÓN COSTO APROXIMADOS POR CONTENEDOR PUERTO A PUERTO. ____	86
TABLA 43: TIEMPOS APROXIMADOS (EN PAPEL) POR VÍA MARÍTIMA O MULTIMODAL. _____	87

TABLA 44: TIEMPOS DE TRANSPORTE ENTRE ALGUNOS PAÍSES COMPETIDORES Y PUERTOS EN CANADÁ.	88
--	----

TABLA 45: EJEMPLO DE CUOTAS PARA EL ENVÍO DE MUESTRAS DE BOGOTÁ HACIA MONTREAL, TORONTO O VANCOUVER:	94
--	----

TABLA 46: LISTADO DE EMPRESAS QUE PRESTAN SERVICIOS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA	97
--	----

GRAFICAS

GRÁFICA 1: IMPORTACIONES TOTALES PERÍODO 2000 – 2002, PRODUCTO HS 8481800071.	16
---	----

GRÁFICA 2: IMPORTACIONES TOTALES PERÍODO 2000 – 2002, PRODUCTO HS 8481800072.	18
---	----

GRÁFICA 3: IMPORTACIONES TOTALES PERÍODO 2000 – 2002, PRODUCTO HS 8481800073	19
--	----

GRÁFICA 4: IMPORTACIONES TOTALES PERÍODO 2000 – 2002, PRODUCTO HS 8481800079	23
--	----

Grifería para Baños y Cocina

RESUMEN EJECUTIVO

El sector de producción grifería para baños y cocina en Canadá esta localizado principalmente en la región de Ontario y Québec y desde estas regiones se distribuye al resto del país.

Aunque existe una industrial local, principalmente en la región de Québec, el mercado de grifería es en su mayoría de importación manteniendo la balanza comercial negativa en los últimos 3 años con un valor para el año 2003 de US\$ 657,857 millones.

Los principales países proveedores de grifería son Estados Unidos, China, Taiwán, Alemania, Italia y México. Hay que tener en cuenta que Canadá posee el acuerdo comercial de libre comercio NAFTA con Estados Unidos y México lo cual estimula el intercambio mercantil entre los 3 países. Hasta la fecha en que se hizo el informe, no se encuentran registro alguno de importaciones Colombianas y de acuerdo a las investigaciones no existe conocimiento en el mercado sobre la producción Colombiana de grifería, igualmente verificando el sitio de www.csa-internacional.org Canadian Standard Association no se encontró ninguna empresa Colombiana que haya certificado subproductos en el área de Plumbing mixtures fittings.

El sector de la grifería tuvo en crecimiento anual de 5% durante el período de 1997 hasta el 2000, pero en los últimos años ha tenido un decrecimiento del 0,7%. Para el año 2001, el sector tuvo una producción de US\$626 millones de dólares americanos, representando el 0,8% del total de la producción del sector manufacturero Canadiense.

Un tema importante a tener en cuenta para entrar al mercado canadiense es el tema de los repuestos para la grifería instalada. Los productores Colombianos deben establecer buenos canales de distribución de repuestos o proveer un buen servicio técnico pre-venta y posventa para estar seguros de que los vendedores sepan exactamente la forma de instalación y reparación de sus productos.

Los participantes del mercado de grifería son los distribuidores, importadores, constructores y los puntos de venta final, ya sean, almacenes especializados ó showrooms.

Las características que influyen a la hora de comprar son el precio, calidad y diseño. Hay que tener en cuenta que el consumidor canadiense está prestando más atención al confort en el área del baño por lo cual busca diseños modernos y de buena calidad.

El consumo aparente del sector de grifería representó para el año 2001, US\$ 626 millones, donde un promedio de 85% de la producción fue exportado hacia otros mercados, principalmente los Estados Unidos, generando así en promedio un crecimiento del consumo en un 5,94 % entre el período 1994 - 2001

Los márgenes de ganancia de un intermediario mayoristas y/o distribuidor normalmente son entre el 5% y el 10%.

Es importante anotar que los compradores eligen a sus proveedores con base en su capacidad, seriedad, experiencia, competitividad y su compromiso por mantener una relación a largo plazo.

El mercado canadiense es relativamente pequeño si se le compara con el de Estados Unidos, la población canadiense es aproximadamente el 10% del total de la población Americana, pero esto no indica que el consumo también se da en igual porcentaje.

Las distancias de transporte entre los centros de distribución son grandes y los costos de este inciden en los precios finales del producto, esto combinado con el tamaño del consumo hace que la mayoría de los mayoristas e intermediarios siempre busquen contratos de exclusividad para vender y representar productos importados.

Por regla general, los importadores o sus agentes visitan las fábricas con el fin de asegurarse de la capacidad y calidad de producción, así como para estrechar las relaciones comerciales. Por su lado, los exportadores Colombianos deberán mantener una buena comunicación con sus compradores canadienses, no solo en la etapa de la venta sino también de la post-venta. Es de vital importancia el cumplir con todos los procesos de importación.

Los importadores canadienses normalmente resaltan “la capacidad” como uno de los mayores problemas para entrar a negociar con un nuevo proveedor. El conocimiento y eficiente manejo de los procedimientos de importación canadienses son factores determinantes en el éxito de un negocio.

Desde el primer contacto el importador canadiense esta dado a pedir muestras, las cuales deben ir acompañadas por un certificado de análisis del producto realizado por una reconocida autoridad Colombiana. Igualmente si la empresa ya se encuentra exportando a Europa o los Estados Unidos, el indicar quienes son sus clientes ayuda a que se abran las puertas y se perciba tanto la empresa como sus productos con mayor seriedad. La experiencia exportadora a Estados Unidos y Europa son la referencia de seriedad y calidad que más ayuda a una empresa que desee ingresar al mercado Canadiense.

Es usual también el hecho de que el importador solicite un descuento como resultado de una baja o mala calidad del producto, daño antes o durante el transporte de la misma, o también como resultado de un retraso en el tiempo de entrega inicialmente pactado.

Cuando se están negociando cantidades industriales grandes, el importador también puede solicitar condiciones especiales que le permiten cambiar el destino de las mercancías para ser entregadas directamente al distribuidor final.

Los envíos deben tener la Declaración de Importación y haber cancelado los costos de verificación respectivos de dicho documento.

Tanto el empaque como el contenido serán examinados. Algunos de los productos manufacturados que llegan a Canadá, son detenidos en las bodegas del importador hasta no tener la aprobación de la Agencia de Inspección o de estándares pertinente, al igual que por la falta de información requerida para productos que van para el consumo final, etiquetas bilingües, información técnica etc. Los importadores por su parte, realizan su propia inspección para determinar si el producto cumple con las especificaciones requeridas

Pueden existir posibilidades para las empresas colombianas, siempre y cuando se ofrezcan productos novedosos, modernos y a precios competitivos.

Existen dos formas de ingresar en el mercado, entrando directamente posicionando el producto como producto Colombiano mediante la asistencia

a los eventos locales de productos para el hogar al igual que estableciendo Showrooms en las principales ciudades.

Otra alternativa es presentar la oferta exportable a los almacenes de Cadenas como Home Depot, Rona y Canadian Tire, Walmart, Home Hardware, para ver que oportunidades existen y medir las ventajas competitivas frente a los productos americanos, europeos, asiáticos al igual que la competencia local.

Para el exportador colombiano que quiera entrar al mercado canadiense se recomienda tener conocimiento de las empresas canadienses, visitar ferias en el país, contactar a la oficina comercial de Proexport y tener una oferta adecuada con diseños innovadores, catálogos y lista de precios.

INTRODUCCION

El desarrollo de este estudio presentó diferentes grados de dificultad en la medida que la información está muy diseminada. El presente estudio de mercado tiene como objetivo proporcionar al exportador colombiano de grifería para baños y cocina la información necesaria para conocer las exigencias del mercado, el carácter de la competencia, los factores determinantes de la demanda de estos productos y las condiciones de acceso.

La información contenida en este documento fue realizada considerando las fuentes de información más recientes disponibles a la fecha de elaboración del estudio. Asimismo, una parte significativa del contenido fue derivada de entrevistas con distribuidores de grifería al igual que con arquitectos en la región de Montreal, Québec.

No obstante, se recomienda consultar las fuentes sugeridas para mantenerse actualizado sobre las tendencias del mercado y las regulaciones aplicables a productos de importación para la toma de decisiones futuras.

INFORMACION GENERAL

Canadá es un país con 31.4 millones de habitantes, de los cuales el 90% viven a 100 millas de la frontera de los Estados Unidos, con una gran variedad multirracial, y grandes concentraciones poblacionales en Ontario, Québec, y British Columbia. Canadá es el segundo país más grande del mundo en extensión territorial, con una gran cantidad ciudades y poblaciones pequeñas, esto hace que la distribución y logística de los productos sea costosa y complicada. A pesar de esto, el país ha desarrollado una infraestructura de transporte que suple las necesidades de su población y los negocios interprovinciales e internacionales.

La información de grifería está dispersa y no se encuentran estadísticas particulares a la manufactura local y o consumo de la grifería para baños y cocina, pero un indicativo para la estabilidad y crecimiento del mercado puede proyectarse a través de diferentes segmentos complementarios que ayudan a predecir el posible uso y aumento del sector de este tipo de grifería en la cocina y el baño, como lo muestra las siguientes tendencias:

- El valor de los permisos que emiten las provincias para la construcción de casas y apartamentos. Por ejemplo para en el 2000, las municipalidades canadienses emitieron permisos equivalentes a CAD \$20.4 billones para residencias y por CAD \$16.7 billones para locales no residenciales. El crecimiento más notorio se dio en las Provincias de Ontario, Québec, Alberta y British Columbia. Por otro lado se estimaba que entre el 2001 y el 2002, 1.3 millones de propietarios de residencias planeaban renovar los baños, las cocinas, los pisos y los jardines.
- El estimado de contratación de profesionales por parte de las personas que desea construir o comprar una propiedad. Se estimaba que un 55% de estos 1.3 millones planeaban contratar profesionales para hacer sus remodelaciones, pero el 45% restantes lo harían ellos mismos. Aunque la economía se desaceleró en la mayoría de los sectores en el 2001 y 2002, el sector de la construcción y la demanda por la propiedad raíz se mantuvo fuerte, y creció entre un 3% y 4.6% creando un estimado de CAD \$27 billones de dólares en gastos de materiales de construcción, ferretería y herramientas de mano. Esto, según un reporte del mercado de Trade Facilitation Office of Canada "Building Material, Hardware & Hand Tools, 2001

Canadá cuenta con un sector productor de grifería para baños y cocina que principalmente se encuentra ubicado en las regiones de Québec y Ontario, pero a su vez cuenta con un importante rubro de importaciones para cubrir la demanda del mercado.

La industria Nacional exporta su producción en su gran mayoría a los Estados Unidos con un 79,52% de su producción y el resto está destinado principalmente a Inglaterra y el Asia. El sector de las importaciones ha crecido casi a la par con el de las exportaciones manteniendo así una balanza comercial negativa para el año 2003 de US\$ 657 millones de dólares.

El sector de la grifería ha estado creciendo en los últimos años y presenta una clara orientación al estilo europeo donde prima el diseño y confort a la en decisión de compra.

Hay que tener en cuenta a la hora de ingresar los productos colombianos, que el estilo de vivienda va muy de acuerdo con las regiones por lo cual no todos los diseños gustan en igual forma por ejemplo en la región de Columbia Británica, como lo hacen en Ontario o en Québec. Se debe tener en cuenta que aunque Canadá es un país de inmigrantes, cada región se ha caracterizado por abarcar un diferente tipo de concentración étnica; teniendo así una gran población Asiática en las regiones de Vancouver, una gran variedad de tipos de nacionalidad en Toronto y un estilo más Europeo en la región de Québec.

Se nota una gran tendencia en la región de Québec, en darle gran importancia al diseño y espacio de los baños, pasando de ser un sitio simplemente de necesidad para dar paso a las nuevas tendencias de gran espacio, comodidad y de estilo tipo spa.

COBERTURA DEL REPORTE

El presente reporte abarcará el sector de grifería en Canadá. Específicamente se analizará el sector de grifería para llaves de baños y cocina.

A continuación se analizará el sector de la industria de la grifería bajo la clasificación NAICS (332910) al igual que la clasificación arancelaria HS 8481.80.00 que cubre los rubros de llaves para cocina y baño.

Tabla 1: Clasificación Arancelaria HS 8481.80

Sistema Armonizado de Clasificación Arancelaria (Harmonized System -HS) Fracciones arancelarias: 8481.80 (Llaves) y 8481.90 (repuestos)		
Código HS	English Description	Descripción en Español
8481	Taps, cocks, valves and similar appliances for pipes, boiler shells, tanks, vats or the like, including pressure-reducing valves and thermostatically controlled valves.	Artículos de grifería y órganos similares para tuberías, calderas, depósitos, cubas o contenedores similares, incluidas las válvulas reductoras de presión y las válvulas termostáticas
8481.80.00	Other Valves and Other Appliances for Pipes, Tanks, Vats or the Like	Los demás artículos de grifería y órganos similares
8481.90.00	Parts of Taps, Cocks, Valves for Pipes, Boiler Shells, Tanks or the Like	Partes (Repuestos)

Fuente: Canadá Border Agency. <http://cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004>

Para el análisis de industria nacional nos referiremos al sistema de Clasificación Industrial Norte Americano (NAICS), este sistema fue 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. 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 de grifería en Canadá.

Tabla 2: Clasificación Industrial de Norte América (SCIAN)(NAICS)

Sistema de Clasificación Industrial de Norte América (SCIAN)-(NAICS)		
Manufactura de Válvulas Metálicas 332910		
Código NAISC	English description (NAICS)	Descripción en Español (SCIAN)
33291	<p>Metal Valve Manufacturing</p> <p>This industry comprises establishments primarily engaged in casting and machining metal valves used to regulate the flow of fluids, liquids and gases, and related fixtures and fittings. Establishments primarily engaged in manufacturing hydraulic and pneumatic pipe and tube assemblies are included.</p> <p>Exclusion(s): Establishments primarily engaged in: (1) manufacturing internal combustion valves for diesel engines (33361, Engine, Turbine and Power Transmission Equipment Manufacturing) and (2) manufacturing internal combustion valves for gasoline engines (33631, Motor Vehicle Gasoline Engine and Engine Parts Manufacturing)</p>	<p>Fabricación de Válvulas Metálicas</p> <p>Unidades económicas dedicadas principalmente a la fabricación de válvulas metálicas de uso doméstico e industrial para regular el paso de líquidos, sólidos y gases, como grifos, llaves automáticas y manuales, válvulas de globo, de mariposa, válvulas para llantas y cámaras, boquillas y pistolas para mangueras de todo tipo.</p> <p>Excluye: Unidades económicas dedicadas principalmente a la fabricación de (1) Válvulas internas para motores de combustión diesel (33361) y (2) Válvulas internas para motores de combustión a gasolina (33361)</p>
332910	Metal Valve Manufacturing MEX	Fabricación de Válvulas Metálicas CAN

Fuente: Industry Canadá. www.strategis.gc.ca

Como se puede notar en la tabla anterior, la industria abarca una gran variedad de artículos y no solamente grifería para baño y cocina, por lo cual las estadísticas e información que se presentarán a continuación son para el rubro total y no específico de grifería para uso doméstico. No existe información en Statistics Canadá de la producción particular del tipo de grifería objeto de este estudio.

COMPOSICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

TAMAÑO DEL MERCADO

La industria canadiense de grifería hace parte de la industria manufacturera de productos metálicos en Canadá, código 332 y esta bajo la división 332910 según clasificación NAICS¹.

La grifería (código NAICS 332910), ha tenido un comportamiento variable durante la última década ya que entre 1997 y el 2000 la tasa de crecimiento promedio anual fue de 5%, mientras que entre para el año 2001 decreció a una tasa de 0.7% tendencia constante en el 2002.

En el año 2001² tuvo una producción por valor de US \$626 millones de dólares, lo que significa el 0.18% del total de la producción del sector manufacturero Canadiense (NAICS 31-33) y un 3.22% del total de la producción de la industria manufacturera de productos en metálicos en Canadá, (NAICS 332). Para el 2002 se presentó una producción de US\$ 608 millones.

Tabla 3: Producción de la Industria Manufacturera de Productos Metálicos en Canadá

	1998	1999	2000	2001	2002
NAICS 332910 – Producción Válvulas Metálicas	616,202	635,783	675,183	626,015	608,188
OTROS	296,846,008	328,214,833	377,887,110	350,710,076	349,787,429
TOTAL INDUSTRIA	297,462,210	328,850,616	378,562,292	351,336,091	350,395,617

Fuente: Statistics Canadá. Industry Canadá. Valores en miles de dólares americanos

1 Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, SCIAN, (NAICS por su sigla en inglés)

2 Industry Canada. Trade Data On-line. Canadian trade by Industry - NAICS codes. Canadian Manufacturing Shipments http://strategis.gc.ca/sc_mrkti/tdst/engdoc/tr_homep.html

La industria canadiense de grifería, producción de válvulas metálicas en total generó 186.487 empleos en el 2001³ representando cerca del 10% de los empleos generados por el total del sector manufacturero nacional (NAICS 31-33), con 1.976.105 empleos para el año 2001⁴ (2.284.900 para 2003⁵)

Este estudio da cobertura a la grifería metálicas de uso doméstico para regular el paso de líquidos en Baños y Cocina, tales como llaves para lavamanos, duchas, tinas y lavaplatos. Todos estos grifos para lavamanos, duchas, tinas, bidet y lavaplatos, están cobijados bajo la partida arancelaria **8481.80**⁶ denominada como: **Llaves, válvulas y aparatos similares**⁷, donde nos enfocaremos particularmente en los productos de oferta exportable colombiana como son: **grifos para lavamanos, duchas, tinas y lavaplatos (HS 8481800071, 8481800072, 8481800073 y 8481800079).**

La industria de la grifería presenta unos niveles de calidad, diseño y precio altamente competitivos, los cuales trascienden las fronteras y han forzado en gran medida a esta industria a tener una alta vocación exportadora, con el 88.83% del total de su producción en el año 2001⁸. Esta cifra es muy diferente a los porcentajes de exportación del sector manufacturero canadiense y de la industria manufacturera de productos en metálicos las cuales exportaron en el mismo año, el 54.09% y el 27.33% del total de su producción respectivamente.

La industria de la construcción ha crecido un 20% en el período 1999 – 2003, pasando de US\$71,104 millones en ventas en 1999 a US\$85,677 millones para el año 2003. Gracias al aumento en la construcción de nuevas viviendas y a las inversiones en renovación, se espera que el sector de ventas de grifería para baños y cocina en la línea media y alta gama se incremente en los próximos 3 años.

3 Total Employment Principal Establishments** Metal Valve Manufacturing Subsector (NAICS 33291). Statistics Canada

4 Total Employment Principal Establishments** Industry Groups forming the Fabricated Metal Product Manufacturing Subsector (NAICS 332). Statistics Canada

5 Industry Canada. Monthly Economic Indicators. Dec 2003/ January 2004, Industrial Employment Trends, Page 10

6 Nota: 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

7 Fuente: Canada Border Services Agency (CBSA) Customs Tariff (on January 1, 2004) Section XVI Chapter 84 <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/general/publications/tariff2004/tablewithamendments-e.html#table>

8 Industry Canada. Trade Data On-line. Canadian trade by Industry - NAICS codes. Export Intensity. http://strategis.gc.ca/sc_mrkti/tdst/engdoc/tr_homep.html

Tabla 4: Producción doméstica en los sectores de Construcción y renovación

	1999	2000	2001	2002	2003
Construcción	46,433	48,554	51,669	52,555	54,897
Construcción Residencial	13,966	14,471	15,937	18,317	19,769
Construcción No Residencial	10,705	10,564	10,840	10,602	11,011
Total	71,104	73,589	78,446	81,474	85,677

Fuente: Statistics Canadá, <http://www.statcan.ca/english/Pgdb/manuf10.htm>

Elaboración: Grupo Consultor

Valores en millones de dólares americanos

El mercado Canadiense de grifería es un mercado altamente competitivo, con una línea de productos de gama baja, media-alta, alta, con un estilo Europeo, el cual esta en plena expansión gracias a factores como el crecimiento de la economía, el gran repunte de construcción y el deseo de renovación de vivienda por parte de los consumidores. La grifería se ha convertido en otro artículo decorativo, además por que la tendencia de la construcción es de cocinas abiertas, donde el diseño de los grifos toma un papel importante. Lo mismo sucede con los baños que se están convirtiendo en parte importante del diseño de los hogares.

Dinámica del comercio exterior

Durante los últimos años, la industria canadiense ha recuperado terreno frente a las importaciones y ha hecho que la brecha comercial sea cada vez mas estrecha. Los productores nacionales están en un proceso de modernización de sus plantas y especialización de su personal, interesados en suplir la demanda de unos consumidores educados y altamente exigentes, y como resultado de esto, han desarrollado nuevos productos con alto valor agregado para competir no solo con los productos importados, sino también en el mercado internacional.

Tabla 5: Balanza Comercial⁹

Balanza Comercial de llaves, grifos y aparatos similares. HS 8481.80.00					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Exportaciones	319,349	342,433	332,369	336,063	390,119
Importaciones	978,027	1,064,193	1,035,241	1,007,160	1,046,792
Balanza Comercial	-658,854	-721,538	-702,880	-671,135	-657,857

Fuente: World Trade Atlas

Elaboración: Grupo Consultor

Cifras en miles de dólares americanos

Incluye la partida arancelaria 84.91.80 : Los demás artículos de grifería y órganos similares.

Exportaciones

Para el análisis de las exportaciones del sector de grifería en general en Canadá, no se tomaron en cuentas las re-exportaciones, sino solamente las exportaciones domésticas.

El tratado de libre comercio entre los Estados Unidos y Canadá le ha atribuido al comercio internacional canadiense una afanosa carrera en su modernización industrial. Las empresas se han visto forzadas a modernizarse a competir, con el fin de compensar la entrada de competidores de los vecinos países. A su vez esto les ha generado nuevos mercados de exportación donde Estados Unidos es el cliente principal.

Tabla 6: Exportaciones y Re-Exportaciones de grifería general HS 848180

Año	1999	2000	2001	2002	2003
Re-Exportaciones	32,772	40,351	40,677	49,931	63,225
Exp. Domesticas	286,578	302,082	291,692	286,132	326,894
TOTAL	319,350	342,433	332,369	336,063	390,119

Fuente: World Trade Atlas

Elaboración: Grupo Consultor

Cifras en miles de dólares americanos

Incluye la partida arancelaria 84.91.80 : Los demás artículos de grifería y órganos similares.

⁹ La Balanza comercial cubre el código HS 848180 (6 dígitos) por lo cual está cubriendo no solamente la grifería para baños y cocina sino todas las llaves, grifos y aparatos similares.

En la tabla anterior se aprecia como la industria Canadiense ha aumentado sus exportaciones en un 16,09% entre el período 2002 – 2003, esto se ha dado en gran parte al aprovechamiento por parte de la industria de grifería de los acuerdos comerciales firmados por Canadá y por la necesidad de vender los productos en el exterior debido a la llegada de competidores al mercado local.

El porcentaje de re-exportaciones comparado contra el total de las exportaciones es demasiado bajo, un 16,29 % para el año 2003 por lo cual no merece hacer un énfasis en este sector. Para mencionar cabe decir que un 82,46 % ¹⁰ de estas re-exportaciones son hacia Estados Unidos.

Las exportaciones de grifería para baño y cocina, al igual que todo el sector de grifería han tenido un compartimiento favorable en el último año, con un crecimiento de 14,25% con respecto al 2002. Durante el período 2001 – 2002, se observa una leve disminución el volumen de exportaciones sobre los años anteriores, se debe al efecto que tuvo en toda la economía canadiense los acontecimientos de septiembre 11, 2001 en Estados Unidos.

Tabla 7: Exportaciones Domésticas de Grifería general por País, Código HS 848180. 2004

Rango	País	2000	2001	2002	2003
0	-- El Mundo --	302.081857	291.691891	286.131935	326.894121
1	Estados Unidos	235.541717	243.409066	231.696239	259.940917
2	Reino Unido	13.648108	13.494429	13.044261	16.354026
3	China	14.256701	6.209375	6.219348	6.568176
4	Singapur	2.868626	3.560074	4.972527	3.526228
5	Países Bajos	5.262527	3.159238	2.899047	3.075048
6	Algeria	0.41651	0.071225	2.154174	3.047245
7	Noruega	1.958937	1.138171	2.144495	2.782393
8	Alemania	2.221974	1.411636	1.745056	2.398577
9	Malasia	1.008839	0.812158	1.659793	2.133422
10	Hong Kong	0.553485	1.061918	1.549233	1.881424

Fuente: World Trade Atlas. Valores en millones de dólares americanos.

Elaborado: Grupo Consultor

Incluye la partida arancelaria 84.91.80 : Los demás artículos de grifería y órganos similares.

El principal país importador de la grifería de baño y cocina canadiense es claramente Estados Unidos, con un 79,52% del mercado en el año 2003.

¹⁰ World Trade Atlas. 84818000 Taps, cocks, valves Canada Re-exports. 2004

Después de los acontecimientos de septiembre 11, 2001 las exportaciones para el año 2002 disminuyeron un 1,91% con respecto al año 2001, en el 2003 las exportaciones aumentaron en un 12,19% con respecto al 2002.

El resto de las exportaciones va dirigido hacia el Reino Unido en un 5,01%, China y Singapur con un 2,01% y 1,08% del mercado respectivamente.

Importaciones

Tabla 8: Total Importaciones Grifería general

Los demás artículos de grifería y órganos similares HS 8481.80.00					
Año	1999	2000	2001	2002	2003
Importaciones	978,027	1,064,193	1,035,241	1,007,160	1,046,792

Fuente: World Trade Atlas, 2004. Miles de dólares americanos.

Para los productos puntuales objeto de este estudio las importaciones fueron las siguientes:

Tabla 9: Total Importaciones Grifería para baño y cocina

HS Code	2000	2001	2002	2003	% Cambio 02-03
8481800071	19.51296	19.61205	55.28558	59.2255	7.13
8481800072	18.45085	21.29426	33.40226	35.3552	5.85
8481800073	1.877335	1.394064	2.225341	1.79284	-19.44
8481800079	43.17269	56.89894	25.59082	21.923	-14.33
TOTAL	83.013835	99.199314	116.504001	118.297	

Fuente: World Trade Atlas, 2004.

Valores en millones de dólares americanos

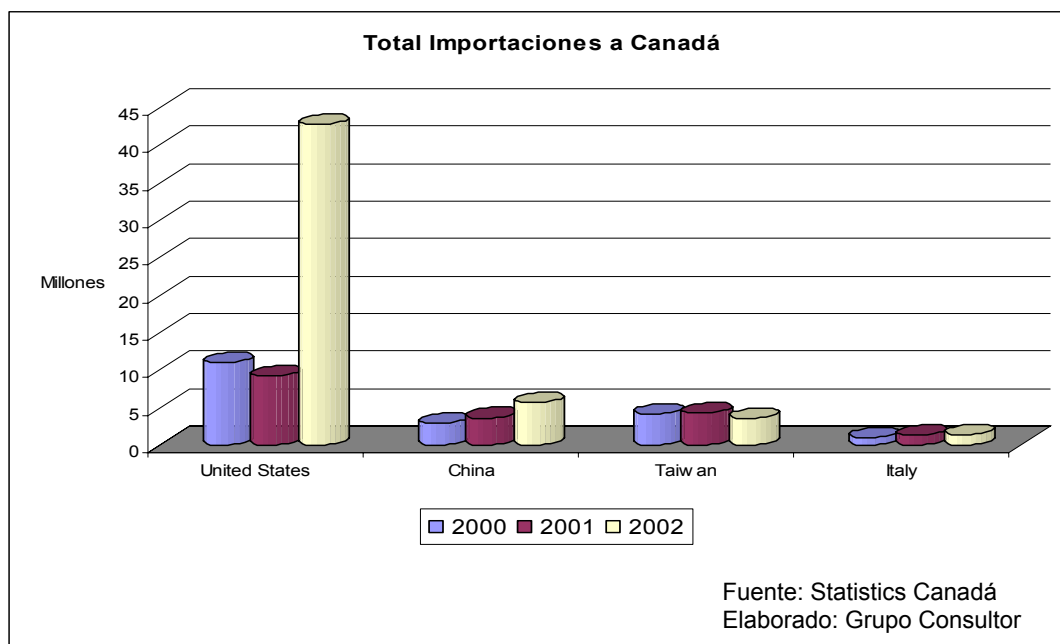
El sector de grifería presentó un incremento en sus importaciones con un aumento del 17% entre el período 2001 a 2002, pasando de US\$99.19 millones de dólares en el 2001 a un total de US\$116.5 millones de dólares para el año 2002. La tendencia permaneció constante y en el 2003 se presentó un aumento hasta llegar a US\$118 millones en importaciones.

Los principales países proveedores son Estados Unidos, China, Taiwán, México, Italia y Alemania. Sobresale el hecho que Estados Unidos seguido por China son los países proveedores dominantes excepto en el rango definido bajo el código **HS 8481800073** (Grifería, plateada, operada o activada manualmente) en el cual Taiwán es el primer país de origen como proveedor con un 28,55%, seguido por Alemania con 28,52% y en tercer lugar Estados Unidos con un 23,99%.

Importaciones HS 8481800071: (Grifería, plateada, un solo control, operada Manualmente):

Las importaciones a Canadá de grifería bajo la subdivisión **HS 84181800071** (Grifería, plateada, un solo control, operada Manualmente) muestra una clara dominación por parte de Estados Unidos pasando de un 55,95% del control del mercado en el año 2000 a tener un 77,16% del mercado para el 2002, aumentando sus ventas de US\$10.9 millones de dólares Americanos a US\$42.6 millones de dólares Americanos.

Gráfica 1: Importaciones Totales Período 2000 – 2002, Producto HS 8481800071.



China y Taiwán han intercambiado su participación pasando a un segundo lugar China con el 10,19% y Taiwán al tercer lugar con 6,29% del mercado. Italia se ha mantenido en un cuarto lugar y aunque su participación el mercado ha disminuido en el 2002 frente al 2000, pasando de un 4,7% a un 2,4% el valor de las importaciones ha aumentado pasando de US\$0.92 millones de dólares a US\$1.35 millones de dólares.

Importaciones HS 8481800072 (Grifería, plateada, control dual, operada manualmente)

Las importaciones de grifería bajo la subdivisión **HS 84181800072** (Grifería, plateada, control dual, operada manualmente) ha mantenido unas características cambiantes durante los últimos 3 años en la cual Taiwán paso de ser el primer país proveedor en el 2000 con unas ventas de 5,8 millones de dólares Americanos y una participación del mercado de 28,11% a ocupar el cuarto puesto en el año 2002, siendo desplazado por Estados Unidos, China y México, para quedarse con una participación del mercado de 15,49% al presentar unas ventas de 5,17 millones de dólares Americanos.

Tabla 10: Concentración del Mercado HS 8481800072. Canadá

Número de Importadores	Valor de las Importaciones (\$US) ¹¹	% Acumulativo de las importaciones
3	21,028,410	54
7	30,185,914	77.51
Total	38,945,004	100

Fuente: Statistics Canadá para el año 2002
Elaborado: Grupo Consultor

Las importaciones de grifería de control dual están concentradas en muy pocas compañías, como se observa en la tabla, en la que 3 compañías tienen el 54% del mercado con un valor de aproximadamente US\$21 millones de dólares americanos.

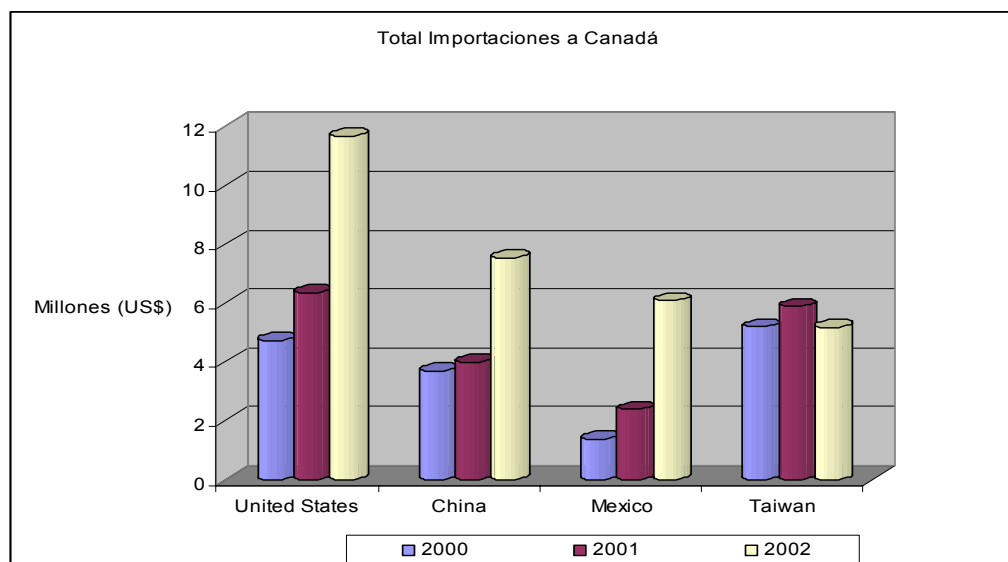
¹¹ Tasa de cambio utilizada 1Us\$ = 1.34 CAD. <http://www.rbcroyalbank.com/cgi-bin/travel/fxconvert.pl> Las variaciones en valor con respecto a la tabla 9 se deben a la tasa de cambio y a que estos valores fueron tomados directamente de statistics Canadá y los de la tabla 9 del World Trade Atlas.

Tabla 11: Principales Importadores Grifería HS 8481800072

Nombre Compañía	Ciudad	Provincia
AQUADIS INTERNATIONAL INC	Laval	Quebec
CANADIAN TIRE CORPORATION LIMITED	Toronto	Ontario
DELTA FAUCET CANADA	London	Ontario
HOME DEPOT OF CANADA INC	Mission	British Columbia
KOHLER LIMITED	Thornhill	Ontario
MOEN INC	Mississauga	Ontario
TRANE TORONTO	Mississauga	Ontario

Fuente: Statistics Canadá. Para el año 2002.
Elaborado: Grupo Consultor

Gráfica 2: Importaciones Totales Período 2000 – 2002, Producto HS 8481800072.



Fuente: World Trade Atlas, 2004

México logró desplazar a Italia del 4 lugar en el 2001 y en el 2002 ascendió otro puesto desplazando a Taiwán, logrando tener un volumen de ventas para el 2002 de US\$ 6,07 millones de dólares y una participación del mercado de 18,18%. Este repunte de México se debe claramente al aprovechamiento del tratado NAFTA que permite el libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá.

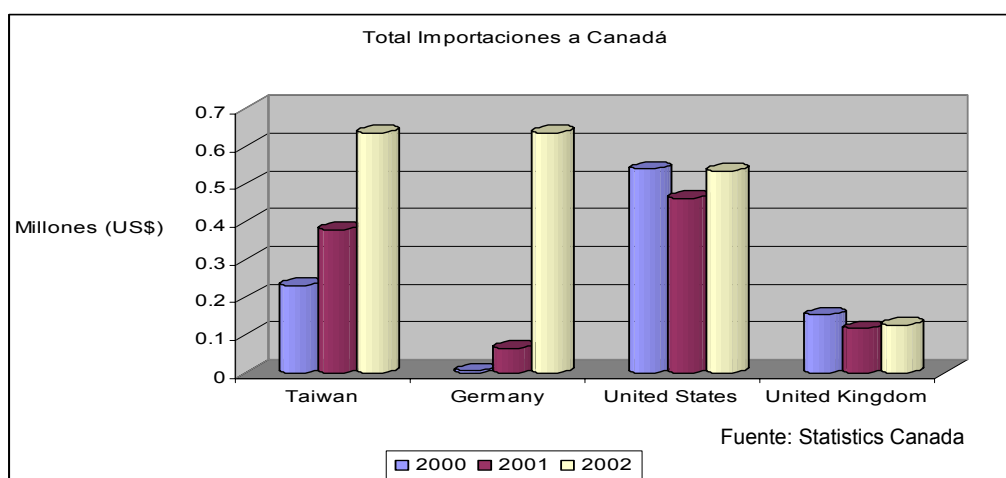
Estados Unidos al igual que México ha aprovechado al máximo los tratados de libre comercio que existen con Canadá y pasó de unas ventas en el año

2000 de US\$4,71 millones de dólares a ocupar el primer lugar en el 2002 con unas ventas de US\$11,66 millones de dólares obteniendo el 34,92% del mercado Canadiense.

Importaciones HS 8481800073

En la división HS 848180073 (Grifería, no plateada, operada manualmente), las importaciones al Canadá pasaron de US\$1.8 millones de dólares en el 2000 a US\$2.2 millones de dólares Americanos para el año 2002. Con una caída a US\$1.79 en el 2003.

Gráfica 3: Importaciones Totales Período 2000 – 2002, Producto HS 8481800073



En esta categoría a diferencia de los otros tipos de grifería para baño y Cocina, Estados Unidos no es el país de origen predominante para las importaciones, cediendo su lugar a Taiwán con unas exportaciones a Canadá en el año 2002 de US\$0.63 millones de dólares .

Estados Unidos pasó de tener una posición dominante y solitaria de 28,74% del mercado en el 2000, para ceder su dominio frente a Taiwán y Alemania, pero manteniendo prácticamente el mismo volumen de ventas de US\$0.539 millones de dólares en el 2000 a US\$0.533 millones de dólares en el 2002, manteniendo una participación del 23,99% del mercado.

Las importaciones de Alemania presentaron el mayor crecimiento en este rubro, con un 884,56% de incremento entre los años 2001 y 2002, con un volumen de ventas de US\$0.634 millones de dólares lo cual lo sitúa en segundo lugar con un 28,52% del mercado.

Inglaterra logró desplazar las importaciones desde Italia, apoderándose de un 5,66% del mercado con un volumen de ventas en el 2002 de US\$ 0.125 millones de dólares Americanos.

Tabla 12: Concentración del Mercado HS 8481800073.

Número de Importadores	Valor de las Importaciones (\$US) ¹²	% Acumulativo de las importaciones
3	1,257,669	49.33
6	1,706,639	66.95
9	2,000,121	78.46
Total	2,549,268	100

Fuente: Statistics Canadá. Año 2002.

Elaborado: Grupo Consultor

Al igual que en todos los sectores de la grifería para baño, las importaciones están concentradas en pocas empresas, donde 9 empresas poseen el 78,46% del total de volumen de importaciones de este tipo de producto a Canadá.

¹² Tasa de cambio 1Us\$ = 1.34 CAD. <http://www.rbcroyalbank.com/cgi-bin/travel/fxconvert.pl>

Tabla 13: Principales Importadores Grifería HS 8481800073

Nombre Compañía	Ciudad	Provincia
ADDICO PRODUCTS INC / LES PRODUITS ADDICO INC	Dollard-des-Ormeaux	Quebec
AMWAY OF CANADA, LTD	London	Ontario
BOSHART INDUSTRIES INC	Milverton	Ontario
BRITA (CANADA) INC	Brampton	Ontario
CYG INTERNATIONAL INC	Saint-Laurent	Quebec
DECOR BRASS CORPORATION	Richmond	British Columbia
GEA PROCESS TECHNOLOGY CANADA, INC	Burlington	Ontario
HOME HARDWARE STORES LIMITED	St. Jacobs	Ontario
TUBULAR INDUSTRIES OF CANADA LTD	Coaticook	Quebec

Fuente: Statistics Canadá. Año 2002.

Elaborado: Grupo Consultor

Importaciones HS 8481800079: (Grifería y válvulas de desagüe, operadas o activadas manualmente)

El sector de la grifería HS 8481800079 (Grifería y válvulas de desagüe, operadas o activadas manualmente) presentó en el 2002, un detrimento en volumen de importaciones en un 55,02% con respecto al año 2001 pasando de US\$56,89 millones de dólares a US\$ 25,59 millones.

Tabla 14: Concentración del Mercado HS 8481800079.

Número de Importadores	Valor de las Importaciones (\$USN) ¹³	% Acumulativo de las importaciones
3	15,802,082	52.69
6	20,204,521	67.37
10	22,468,597	74.92
16	24,106,722	80.38
Total	29,989,716	100

Fuente: Statistics Canadá. 2002

Elaborado: Grupo Consultor

Este tipo de producto está un poco más diversificado, ya que es el sector de la grifería de baño con mayor volumen de importación con un valor de

¹³ Tasa de cambio 1US\$ = 1.34 CAD. <http://www.rbcroyalbank.com/cgi-bin/travel/fxconvert.pl>

aproximadamente 30 millones de dólares americanos y donde el 80% del mercado esta en manos de 16 compañías.

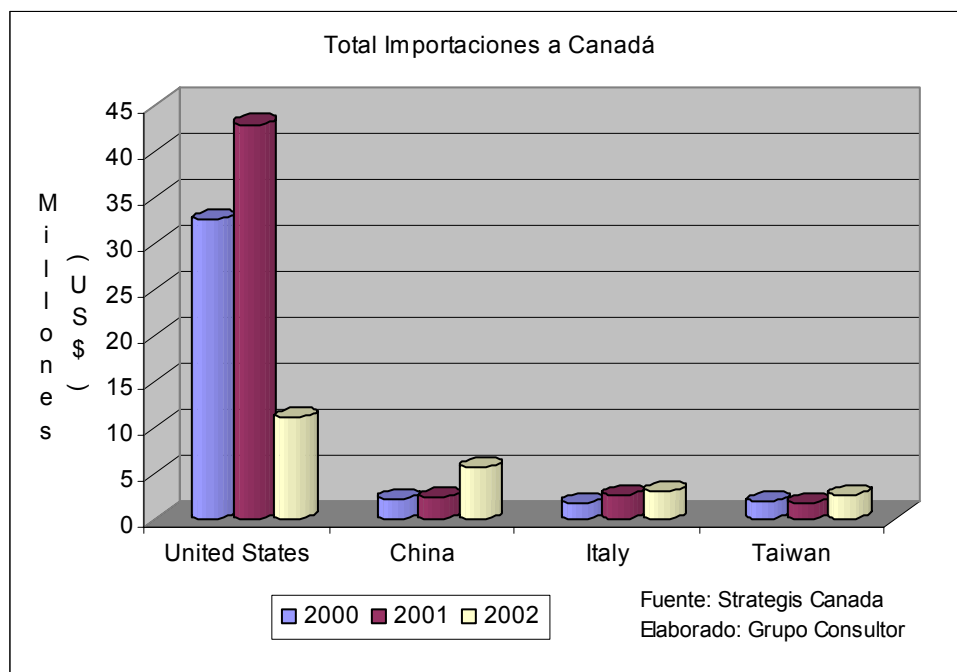
Tabla 15: Principales Importadores Grifería HS 848180079

Nombre Compañía	Ciudad	Provincia
SPECTRUM SALES AGENCY (1982) LTD	Edmonton	Alberta
PDW AGENCIES LTD.	Delta	British Columbia
BRITA (CANADA) INC	Brampton	Ontario
FORD MOTOR COMPANY OF CANADA, LIMITED/FORD DU CANADA LIMITEE	Brampton	Ontario
MOEN INC	Mississauga	Ontario
MOTT MANUFACTURING LIMITED	Brantford	Ontario
R G DOBBIN SALES LIMITED	Toronto	Ontario
ULSCAN MECHANICAL SALES LTD	Mississauga	Ontario
W H MEYER AND CO LIMITED	Toronto	Ontario
ZURN INDUSTRIES LIMITED	Mississauga	Ontario
ARKON SAFETY EQUIPMENT INC	Anjou	Quebec
CERAMIQUE DECORS M S F INC	Charlesbourg	Quebec
GLOBE UNION (CANADA) INC	Saint-Laurent	Quebec
LES DISTRIBUTIONS J L BARIL INC	Sainte-Marthe-du-Cap	Quebec
MEDITERRANEAN TRADING CO LTD	Pointe-Claire	Quebec
RENO-DEPOT INC	Montréal	Quebec

Fuente: Statistics Canadá.2002

Elaborado: Grupo Consultor

Gráfica 4: Importaciones Totales Período 2000 – 2002, Producto HS 8481800079



Las importaciones provenientes de Estados Unidos tuvieron un detrimento en el 2002 con respecto al 2001 de un 74,2% y su volumen de ventas disminuyeron de US\$42,9 millones de dólares en el 2001 a 11,07 millones de dólares Americanos en el 2002 para tener un 43,26% del mercado.

Al contrario de Estados Unidos, Las importaciones provenientes de China, Italia y Taiwán aumentaron en 137,63%, 13,88% y 45% respectivamente en el 2002 con respecto al año 2001.

Las importaciones desde China pasaron de US\$2,22 millones de dólares en el 2000 a US\$ 5,62 millones en el 2002, colocándose en segundo lugar de participación con 21,97%. China se consolidó como el 2 país proveedor de grifería para baños y Cocina de este tipo en el 2002.

Italia y Taiwán le siguen a Estados Unidos y China en volumen y participación del mercado Canadiense, obteniendo un 2,98% y 2,6% del mercado respectivamente.

CONSUMO APARENTE

El consumo aparente de toda la industria de fabricación de válvulas NAICS 33291 mostró un crecimiento durante la última década, teniendo un valor de producción para el año 2001 de US\$626 millones, donde el 88% fue exportado, las importaciones fueron de US\$1.76 billones para dejar un consumo aparente interno de US\$ 1.77 billones de dólares.

Así en promedio el 85% de la producción nacional es exportada a otros países, principalmente a Estados Unidos y el consumo nacional es suplido por las importaciones.

Tabla 16: Consumo Aparente de la Industria de Válvulas Metálicas en Canadá (NAICS 33291)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente	IE ¹⁴
	Miles de USD				
1994	425,372	1,007,701	388,379	1,044,694	84.64%
1995	447,104	1,120,136	444,276	1,122,965	91.83%
1996	487,810	1,192,069	488,941	1,190,938	92.00%
1997	585,234	1,463,489	517,627	1,531,095	80.22%
1998	616,202	1,602,151	543,137	1,675,216	79.63%
1999	635,783	1,657,503	568,582	1,724,705	81.37%
2000	675,183	1,828,390	617,951	1,885,622	82.56%
2001	626,015	1,760,443	616,184	1,770,274	88.83%
Consumo Aparente = Producción + Importaciones –Exportaciones					

Fuente: Statistics Canadá. Valores en miles de dólares americanos.

¹⁴ La intensidad de las exportaciones permite ver la proporción de la producción nacional que es exportada.

Descripción del Mercado

Situación actual del mercado

El sector de grifería en Canadá ha estado cambiando en los últimos años, pasando de ser un sector de poca importancia a ser un mercado donde se están creando nichos como el mercado de lujo ya que los consumidores están prestando mas atención a la creación de baños mas amplios donde se puedan instalar accesorios mas lujos y con diseños más elaborados. Caso que ocurre también en las cocinas.

Según las cifras del gobierno de Estados Unidos¹⁵, las exportaciones totales fueron evaluadas en US\$ 918 millones en el 2001 para el sector de cocina y baños, representando un 63% del mercado Total Canadiense.

Los principales países competidores son Estados Unidos, China, Alemania, Taiwán y México. Es importante tener en cuenta el acuerdo comercial de libre comercio NAFTA que existe entre Canadá, Estados Unidos y México el cual ha incrementado el comercio entre estos 3 países aunque cabe anotar que actualmente no existe ningún arancel o impedimento para otros países que quieran entrar al mercado canadiense.

El repunte de las importaciones y del incremento en el sector de lujo como se mencionó anteriormente se debe en gran parte a 2 factores importantes:

1. Alza del dólar Canadiense

El dólar canadiense en los últimos 12 meses alcanzó los 77.82 centavos estadounidenses.

El repunte del dólar canadiense de estar en unos niveles de pasar de 65 centavos en 1998 a un precio 78 centavos para Diciembre de 2003, trajo como consecuencia que las exportaciones fueran menos competitivas en el mercado mundial y las importaciones más rentables.

La economía en 2004 se prevé que la situación no cambie demasiado por lo cual los niveles de importación seguirán creciendo.

2. El alto crecimiento del sector de la construcción

¹⁵ www.stat-1usa.gov

La producción nacional en el sector de la construcción pasó en 1999 de US\$896, millones a unos valores de US\$1,012 millones para el año 2003. Este hecho significa automática el repunte en la grifería ya que es un sector suplementario.

	1999	2000	2001	2002	2003
	Millones de dólares Americanos				
Total Todas las Industrias	896,069	943,716	961,140	993,844	1,012,787
Construcción	46,433	48,554	51,669	52,555	54,903
Variación	5.182%	5.145%	5.376%	5.288%	5.421%

Fuente: Statistics Canadá
Elaborado: Grupo Consultor

Características del Mercado Canadiense de Grifería:

El mercado Canadiense se define en 2 categorías: El mercado Estándar y un mercado mas elite que será llamado el mercado de lujo.¹⁶

Grifería Estándar

Para tener una mejor idea, se define como grifería estándar, aquella en la que la decisión de compra del consumidor esta basada en el precio y no en calidad. Este tipo de mercado es compuesto por las compañías constructoras de grande edificios de viviendas comunitarias, en la cual no se invierte mucho en acabados ni en lujos ya que los inmuebles serán habitados en su mayoría por personas que alquilan la vivienda y se mueven en promedio cada 2 años.

La grifería que se ha catalogado como estándar tiene un rango de precios promedio de US\$75 (1 US\$ = 1.3425 CAD).

En este tipo de categoría se puede encontrar compañías como: WALTEC, BELANGER, AMERICAN STANDARD y DELTA.

¹⁶ Entrevista con Guillermo Perilla, Arquitecto en renovación. Montreal, Canadá, Marzo 2004.

Grifería de Lujo:

Este tipo de grifería es usado por el tipo de consumidor que le gusta la grifería estilo Europeo y no basa su compra en precio sino en estilo y diseño. Sus precios iniciales de venta empiezan a partir de \$200CAD que son unos 149 dólares Americanos hasta griferías de mas de \$5000 dólares

En este gama de productos, se puede encontrar compañías como: KHOLER, MOEN, DORNBRACHT, Franke y GROHE

Característica de la Demanda

El perfil del consumidor de grifería se puede definir en 2 grandes grupos: El consumidor *final* (*Do it Yourself-DIY*) y los constructores los cuales compran al por mayor.

Ambos perfiles han estado cambiando de tendencia en los últimos años, pasando de una tendencia en la cual lo más importante era el precio sin importar la marca o diseño, a la importación de nuevas marcas con cierta tendencia europea, en la cual el diseño y calidad del producto es igual o más importante que el precio.

CONSTRUCTORES

Los constructores se pueden catalogar en constructor de proyectos de venta de vivienda y en los constructores de vivienda masiva donde el objetivo es alquilar la vivienda mas no venderla.

El tipo de constructor para vivienda privada se caracteriza por manejar 4 – 5 marcas por tipo de grifería (económica, estándar y lujosa). La forma de proceder del constructor es llevar al comprador final a un showroom en el cual se ofrecen las marcas de acuerdo al nivel que el cliente este dispuesto a pagar y una vez el cliente esta satisfecho con la selección, el constructor se encarga de comprar la mercancía ya sea directamente a través del showroom o a través de los distribuidores de las marcas.

El constructor para proyectos de tipo masivo, donde se piensa es alquilar o donde se esta renovando, procede a diferencia del privado, basado en el presupuesto que tiene y no en el diseño del producto.

Hay que tener en cuenta que una característica importante a la hora de seleccionar la marca son la complejidad de instalación y el acceso fácil a los repuestos. El productor colombiano tiene que tener en cuenta a la hora de

analizar el mercado canadiense, si sus productos manejan los mismos estándares de repuestos que las marcas que se encuentran actualmente en el mercado o si por el contrario tiene que tener un presupuesto para poder entrenar a los vendedores sobre los requerimientos especiales de instalación de sus piezas.

CONSUMIDOR FINAL

El consumidor final al igual que el constructor se puede catalogar en los que basan su decisión el precio y los que están buscando un buen diseño.

Las tendencias en el campo de accesorios para baños y cocina ha venido cambiando en Canadá en los últimos años como lo anota un estudio hecho por US /FCS Market¹⁷, en el cual se encontró que productos que antes eran considerados lujosos y de imposible acceso, se han convertido en productos requeridos por el consumidor normal.

Existe una tendencia renovadora en la construcción, las personas cada día quieren tener baños y cocinas más amplias y mas lujosas por lo cual el nivel de gastos en grifería esta aumentando en el consumidor. Este tipo de consumidor compra la grifería en almacenes como Rona, Reno Depot, Canadian Tire y Home Depot para instalarlas el mismo. Do it yourself.

¹⁷ www.statusa.gov, Rita Patlan & Samira Amini

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA LOCAL:

MAAX:

www.maax.com

Compañía localizada en Saint-Marie, Québec con plantas distribuidoras a través de Norte América y Europa. MAAX cuenta actualmente con más de 3,800 empleados y 26 plantas en Norte América y Europa.

Sus plantas de distribución están localizadas de la siguiente forma:

- Canadá: 12
- Estados Unidos: 13
- Europa: 1
- Centros de Distribución: 13

Grohe:

<http://www.groheamerica.com/grohecanada.htm>



Fuente: www.groheamerica.com

Es una compañía de origen Alemana y una de las marcas líderes mundiales en el mercado de grifería, vendiendo sus productos en alrededor de 140 países. Uno de cada 7 artículos vendido en el mundo es Grohe. Abrió en 1989 su planta manufacturera en la región de Ontario y desde allí distribuyen sus productos a todo el Canadá. Caben mencionar que cuando la oferta es más grande que su capacidad de producción, son apoyados por la planta de distribución que existe en el área de Chicago en los Estados Unidos.

Aquadis Internacional:

www.Aquadis.com



Fuente: Aquadis.com

Compañía Canadiense localizada en Blainville, Québec. Es considerada una de las compañías líderes en el mercado de grifería. Sus productos son distribuidos a través de todo el Canadá y Estados Unidos.

Su público objetivo es un público especializado, que no esta buscando precio sino exclusividad y diseño. Su rango de precios arranca en grifería desde \$300 hasta griferías de más de \$1000 dólares.

Aquabrass:

www.aquabrass.com



Fuente: www.aquabrass.com

Compañía Canadiense con 15 años en el Mercado. Su oficina central está localizada en Montreal, Québec, y tiene oficinas en Toronto y Vancouver en Canadá y en Pompano Beach en Estados Unidos. Actualmente no exporta a ningún país. Sus ventas son de \$1 a \$3 millones de dólares.¹⁸

Belanger:

Empresa localizada en Dorval, Québec. Para el año 2003, según Statistics Canadá, sus ventas estuvieron entre los 10 y 25 millones de dólares canadienses. Su planta fue establecida en 1970 y cuenta con 60 empleados. Sus exportaciones están dirigidas a los siguientes mercados:

1	China
2	Australia
3	Japón
4	Estados Unidos

Fuente: www.strategis.gc.ca

Atlas Barias & Ceramiques Inc:

Compañía localizada en la ciudad de Québec, QC.

¹⁸ www.icriq.com (Fuente de información sobre empresas de Québec)

Blanco Canadá Inc:

Localizada en Etobicoke, en el estado de Ontario. Sus exportaciones son dirigidas hacia los mercados de:

1	China/Hong Kong
2	Medio Oriente
3	América del sur
4	USA - North Central
5	USA - North-East
6	USA - North-West
7	USA - South Central
8	USA - South-East
9	USA - South-West
10	Europa Oriental

Fuente : Canadian Trade Index.

Unilab :

Localizada en Mississauga, Ontario. Sus exportaciones están orientadas hacia los siguientes mercados:

1	Centra América/Caribe
2	China/Hong Kong
3	Medio Oriente
4	USA - North Central
5	USA - North-East
6	USA - North-West
7	USA - South Central
8	USA - South-East
9	USA - South-West

Fuente : Canadian Trade Index.

Zurn Industries Limited:

Compañía Americana pero con planta de producción localizada en Mississauga, Ontario. Sus exportaciones están orientadas hacia los siguientes mercados:

1	Africa
2	Australia/Nueva Zelanda
3	Europa del Este
4	México
5	Medio Oriente
6	USA - North Central
7	USA - North-East
8	USA - North-West
9	USA - South Central
10	USA - South-East
11	USA - South-West
12	Europa Oeste

Fuente : Canadian Trade Index.

La línea de productos no esta dedicada solamente a la fabricación de grifería, sino también a la fabricación de porcelana sanitaria. Sus productos se pueden encontrar en las provincias de Alberta, British Columbia, Ontario y Québec a través de sus agentes distribuidores.

COMPETENCIA INTERNACIONAL

American Standard:

<http://www.americanstandard.ca>

La compañía dominante del mercado de los Estados Unidos. 3 de cada 5 baños en ese mercado son American Standard¹⁹. Sus productos se pueden encontrar mediante lujosos showrooms a través Canadá o son distribuidos en la cadena Home Depot en los diferentes sitios del país.

¹⁹ http://www.americanstandard.com/FunFacts_KB.asp

Moen:

www.moen.com

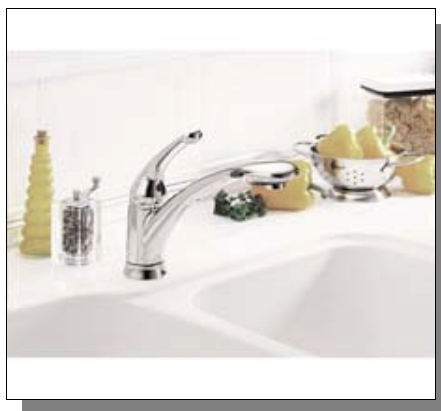


Fuente: www.moen.com

Compañía Americana y uno de los líderes del mercado Canadiense. Sus productos se pueden encontrar en las Cadenas Home Depot, Canadian Tire, Rona al igual que en Showrooms especializados o Distribuidores locales. Sus productos son importados desde Estados Unidos, pero cuentan con el soporte técnico local dado por la compañía subsidiaria Moen Canadá.

Delta:

www.deltafaucet.com



Fuente: www.deltafaucet.com

Es la compañía Americana es el primer fabricante de grifería en el mundo sin empaques²⁰. Delta pertenece a la también compañía Americana Masco Corporation la cual tuvo unas ventas anuales que excedieron los 10 billones de dólares Americanos según sus informes corporativos.²¹ Sus productos son ofrecidos en Home Depot, Canadian Tire, Rona al igual que en showrooms especializados a través del país.

Price Pfister:

www.pricefister.com



Fuente: www.pricefister.com

Compañía Americana fundada en los Ángeles en 1910 y pertenece a la compañía Black & Decker. Sus productos están dirigidos a un público de mediano y alto ingreso con griferías que van desde los \$80 dólares hasta los \$230 dólares Canadienses.

Horus:

Líder Francés en la fabricación de grifería para baños y cocina. Su nicho de mercado es un mercado exclusivo, de alto poder adquisitivo. Su producción es exportada hacia los mercados de Alemania, Inglaterra, Suecia, Rusia, Estados Unidos, Japón y Canadá entre otros.

²⁰ http://www.deltafaucet.com/international/spanish/about_es.html

²¹ http://www.masco.com/corporate_information/historical_timeline/index.html

Kohler :

www.ca.kohler.com



Fuente: www.ca.kohler.com

Compañía Americana fundada en 1873. Entre sus productos se encuentran grifería para baños y cocina, muebles para cocina, muebles para hogar y otra clase de productos en diferentes industrias. Sus productos se pueden encontrar en diferentes showrooms a través del Canadá o en Distribuidores locales.

Hansgrohe:

www.hansgrohe-usa.com

Compañía de origen Alemán establecida en el mercado desde 1901. Es la compañía más grande del mundo en producción de grifería de ducha, con una producción de 4 millones de unidades por año²². El mercado Canadiense es abastecido desde la planta de Atlanta.

Avilion:

www.avillion.com.uk

Fundada en 1978 por Greg Rowe y Bob Perrin. La compañía tuvo una ganancia de acuerdo a sus últimas publicaciones de 13 millones de libras. Su mercado es un público lujoso y que le gusta la exclusividad de sus diseños. Sus productos se consiguen en más de 80 países.

²² www.hansgrohe-usa.com

JADO:

www.jado.com



Fuente: www.jado.com

Compañía Alemana fundada en 1890. Líder en grifería en Europa. Su mayor accionista es la compañía American Standard Inc. Tiene plantas de producción en California desde donde exporta a Canadá.

TOTO:



Fuente: Sitio Web TOTO

Compañía japonesa. Es la compañía manufacturera de baños más grande del mundo, produciendo más de 7 millones de sanitarios anualmente. Cuenta con 2 plantas manufactureras en Estados Unidos desde donde se producen la línea de grifería para exportación al resto de Norte América.

Productos encontrados en el mercado:

La variedad de productos que se puede conseguir en el mercado de grifería para baños y cocina en el mercado canadiense es de todos los estilos, pasando por estilos clásicos, europeos, modernos, vanguardistas y estilos exclusivos.

En el mercado de grifería para baños se puede encontrar grifería de una sola canilla ó de 2 canillas. En cuanto a terminados se encuentran generalmente en cromo o nickel. La grifería que más cambios esta presentando es la grifería para duchas la cual cada vez esta tomando más tendencia de ducha –spa, en la cual se instalan 2, 4,6 y hasta 10 canillas en la ducha.

El mercado de grifería para cocina la variedad de productos es amplia, ofreciendo al igual que en el sector de baños, diferentes modalidades de grifería. La tendencia es en instalar grifería de una sola canilla central y con accesorio de manguera desprendible.








Precio de la competencia



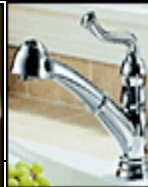





Los productos de grifería en Canadá varían su precio de acuerdo al público al que va dirigido y de acuerdo en el sitio que es vendido. Para efectos del mercado de Canadá, se ha dividido la gama de precios de la siguiente forma:








Precios Grifería para Lavaplatos:

1. Grifería Tipo Standard:

Tabla 17: Grifería para Lavaplatos. \$100 - \$199

Marca	Hansa-Specials	American Standard	KWC-Specials	Price Pfister	Eljer	Kohler	Hansa-Specials
Referencia	Mix	Reliant Plus	Dorado	Pull-Out Spray	Pull-Out Spray	Coralais	Ronda
Precio	\$122	\$124	\$126	\$132	\$139	\$145	\$160
							

Delta Faucet	KWC-Specials	Delta Faucet	Delta Faucet	Kohler	Blanco	Price Pfister	Danze
Signature	Luna	Saxony	Signature	Fairfax	Advance	Luxury Pull-Out	Melrose
\$162	\$164	\$167	\$169	\$171	\$172	\$172	\$174
							

Moen	Moen	Moen	Kohler	Delta Faucet	Price Pfister	Grohe
Colonnade	Solara	One Touch	Coralais	Saxony	Parisa	Eurodisc
\$176	\$176	\$179	\$185	\$187	\$188	\$197
						

Las marcas predominantes en el mercado en este sector son American Estándard, Price Pfsiter, Kohler, KWC, Delta, Blanco y Danze.

Este tipo de productos son consumidos por compañías de constructores para sus proyectos de vivienda tipo Condominios o Pequeñas casas, en los cuales no se invierte sumas altas en la grifería, pero si se quiere algo que se salga del modelo simple.

El mercado en este sector es muy competido ya que la diferencia en precios entre una marca y la otra es muy pequeña y lo que sobresale es el diseño o el color de las piezas.







Tabla 18: Grifería para Lavaplatos. \$200 - \$299


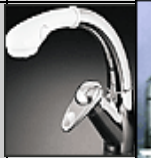






Marca	Price Pfister	Blanco	American Standard	Price Pfister	Kohler	Moen
Referencia	Marielle	Elan	Connoisseur	Contempra	Coralais	Extensa
Precio	\$200	\$200	\$202	\$202	\$206	\$206
						

Blanco	Hansgrohe	Hansgrohe	Blanco	KWC	Kohler	Kohler
Rados	Allegra Linea	Elegance	Mira-SR	Luna	Vinnata	Clairette
Precio	\$266	\$277	\$277	\$280	\$287	\$289
						

En este tipo de grifería para lavaplatos, se observa como todas las marcas que se encuentran en el mercado son importadas, con una alta tendencia a las marcas americanas como American Standard y Moen.

Tabla 19: Grifería para Lavaplatos. \$300 - \$399

Marca	Grohe	KWC	HansaAmeric a	Grohe	American Standard	Grohe
Referencia	Ashford	Luna	Hansamix	Europlus II	Culinaire	Ladylux Cafe
Precio	\$304	\$313	\$330	\$335	\$357	\$363
						

Rohl	Kohler	KWC	KWC	KWC	Danze	Grohe	Grohe
3800 Series	Avatar	Domo	Domo	Vita-Duo	Melrose	Alira	Ladylux Plus
\$374	\$376	\$378	\$386	\$391	\$394	\$363	\$363
							

2. Grifería tipo Lujo:

La grifería tipo lujo esta dirigida a un tipo de consumidor de estilo europeo, donde el estilo y el diseñador es lo que mas se busca sin importar tanto el precio del producto.

Su característica más usual, es de una grifería importada desde Alemania, Estados Unidos y Suiza.

La distribución de este tipo de producto se da mas mediante Showrooms en establecimientos especializados o en distribuidores locales. Los rangos de precios van desde los \$400 hasta \$1000 dólares.

Tabla 20: Grifería para Lavaplatos. \$400 - \$499


Marca	Kohler	Danze	Hansgrohe	KWC	KWC	KWC	KWC
Referencia	Avatar	Melrose	Carlton	Orcino	Orcino	Suprimo	Vita-Duo
Precio	\$404	\$405	\$409	\$421	\$429	\$429	\$434
							

Grohe	Bach Faucets	KWC	Hansgrohe	Grohe	KWC	Franke	KWC	Kohler
Stainless Steel	Solo	Suprimo	Steel	Stainless Steel	Konos	Pull-Out	Konos	Pro Avatar
\$452	\$452	\$455	\$456	\$456	\$463	\$464	\$471	\$472
								

Tabla 21: Grifería para Lavaplatos \$500 - \$749

Marca	Franke	KWC	Franke	KWC	Bach Faucets Solo Premiere	KWC	KWC	Kohler
Referencia	Pull-Out	Suprimo	Pull-Out	Pure Jet		Suprimo	Domo	Pro Avatar
Precio	\$500	\$504	\$520	\$522	\$529	\$530	\$544	\$719
								

Tabla 22: Grifería para Lavaplatos. \$750 - \$999

Marca	Franke
Referencia	Orient Express
Precio	\$904
	

En este rango de precios, aparece la grifería Franke, es una grifería altamente exclusiva, la cual es importada a Canadá desde Suiza y distribuida mediante la compañía Nortesco Inc, establecida en la región de Ontario. Nortesco es la distribuidora exclusiva para el Canadá de esta línea de productos.

Precios para Grifería para Lavamanos una sola manilla:

Este tipo de grifería se encuentra normalmente en los centros de cadena Canadian Tire, Rona y los almacenes de plomería en las diferentes ciudades del Canadá.

Tabla 23: Grifería para Lavamanos. Precios menores de \$100

Marca	KWC-Specials	Grohe	Price Pfister	American Standard	Grohe
Referencia	Domo	Eurodisc	Parisa	Seva	Eurodisc
Precio	\$77	\$83	\$88	\$92	\$92
					

En este tipo de grifería lo que los clientes buscan es un fácil acceso a los repuestos y un buen precio antes que calidad o diseño.

Las marcas preferidas son American Standar y Grohe.

Tabla 24: Grifería para Lavamanos. Precios de \$100 - \$199

Hansgrohe	American Standard	Grohe	Elkay	Delta Select	Grohe	Kohler
Stratos	Ceramix	Classic	Allure	Riviera	Classic	Cabriole
\$117	\$124	\$127	\$135	\$137	\$137	\$166
						
















Grohe	Grohe	American Standard	Chicago Faucets	KWC	KWC	Kohler	HansaAmerica
Classic	Classic	Tendence	Marathon	Orcino	Domo	Provence	Hansaviva
\$170	\$172	\$189	\$192	\$192	\$192	\$195	\$199
							


Tabla 25: Grifería para Lavaplatos. Precios \$200 - \$299

Marca	Price Pfister	Blanco	American Standard	Price Pfister	Kohler	Moen
Referencia	Marielle	Elan	Connoisseur	Contempra	Coralais	Extensa
Precio	\$200	\$200	\$202	\$202	\$206	\$206
						

Delta Faucet	Kindred	Blanco	Moen	Blanco	Franke	Danze
Waterfall	Pull-Out	Merkur-S	Aberdeen	Harvest	200 Series	Opulence
\$230	\$236	\$245	\$247	\$249	\$252	\$260
						

Hansgrohe	Hansgrohe	Blanco	KWC	Kohler	Kohler
Allegra Linea	Elegance	Mira-SR	Luna	Vinnata	Clairette
\$277	\$277	\$280	\$287	\$289	\$289
					

Tabla 26: Grifería para Lavamanos una sola manilla. \$300 - \$399

Marca	Jado	Newport Brass	KWC	Jado	Newport Brass
Referencia	New Haven	1000 Series	Vesuno	New Haven	930 Series
Precio	\$300	\$310	\$314	\$315	\$325
					









Cifial	HansaAmerica	Kohler	Porcher	KWC	Hansgrohe	Hansgrohe	KWC
Asbury	Hansaronda	Antique	Iperbole	Designo	Axor Starck	Axor Starck	Designo
Precio	\$378	\$383	\$386	\$390	\$394	\$395	\$397
							

Tabla 27: Grifería para Lavamanos una sola manilla. \$400 - \$499

Marca	Hansgrohe	HansaAmerica	Kohler	Concinnity	KWC	Hollys Of Bath	Cifial
Referencia	Rango de \$400-\$499	Hansalux	Silkweave	Dynasty	Vesuno	Basin Cocks	Envision
Precio	\$415	\$434	\$439	\$447	\$448	\$456	\$469
							

Tabla 28: Grifería para Lavamanos una sola manilla. \$500 - \$749




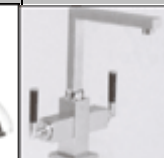





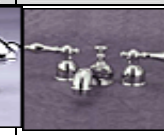


Marca	Kohler	HansaAmerica	Dornbracht	KWC	KWC	Dornbracht
Referencia	Cerana	Hansamega	Meta Pur	Qbix-Art	Designo	Tara Classic
Precio	\$506	\$514	\$562	\$562	\$630	\$645
						

Tabla 29: Grifería para Lavamanos una sola manilla. \$750 - \$999

Marca	Jado	Kohler
Referencia	Perland	Trocadero
Precio	\$758	\$762
		

Precios Grifería para Lavamanos Separación.

Tabla 30: Grifería para Lavamanos 4" Separación. \$100- \$199

Marca	Moen	Moen	American Standard	Elizabethan Classics	Delta Faucet	Elizabethan Classics
Referencia	Villeta	Castleby	Hampton Cresent	Minispread	Neo Style	Minispread
Precio	\$119	\$119	\$120	\$120	\$129	\$132
						

Moen	Delta Faucet	Delta Faucet	Delta Faucet	Delta Faucet	Price Pfister	Price Pfister
Kingsley	Innovations	Michael Graves	Michael Graves	Neo Style	Bedford	Bedford
Precio	\$141	\$147	\$152	\$155	\$157	\$160



Tabla 31: Grifería para Lavamanos 4" Separación. \$200 - \$299

Marca	Delta Faucet	Price Pfister	Kohler	Delta Faucet	Kohler	Danze
Referencia	Victorian Collection	Georgetown	Revival 4	Michael Graves	Revival	Sonora
Precio	\$202	\$205	\$206	\$227	\$227	\$250
						

Tabla 32: Grifería para Lavamanos 4" Separación. Precios \$300-\$399

Marca	Moen
Referencia	Asceri
Precio	\$309
	

Precios Grifería para Lavamanos, Unidad Central.

Tabla 33: Grifería para Lavamanos, Unidad Central. Precios \$-100

Marca	Eljer	Eljer	American Standard	Delta Faucet	Moen	Moen	Moen
Referencia	Two Handle	Two Handle	Colony	Classic	Chateau	Chateau	Chateau
Precio	\$45	\$45	\$45	\$53	\$55	\$56	\$56



Elizabethan Classics	Pegasus	Kohler	Delta Faucet	Delta Faucet	Moen
Centerset	Series 4000	Devonshire	Statice	Neo Style	Villela
\$92	\$92	\$94	\$95	\$95	\$95






Tabla 34: Grifería para Lavamanos, Unidad Central. Precios \$100 - \$199

Marca	American Standard	Moen	American Standard	Moen	Pegasus	Delta Faucet
Referencia	Standard Collection	Castleby	Standard Collection	Villela	Series 3000	Azalea
Precio	\$100	\$100	\$100	\$100	\$101	\$102

American Standard	Danze	Danze	Chicago Faucets	Delta Faucet
Cleartap	Melrose	Plymouth	Centerset	Single Lever
\$120	\$121	\$123	\$124	\$126








Danze	Price Pfister	Kohler	Hansgrohe	Belle Forêt	Delta Faucet
Parma	Georgetown	Fairfax	1901		Innovations
\$176	\$176	\$178	\$178	\$187	\$190
					

Tabla 35: Grifería para Lavamanos, Unidad Central. Precios \$200 - \$299

Marca	Price Pfister	Chicago Faucets	Belle Forêt	American Standard	Chicago Faucets	Hansgrohe	St. Thomas	St. Thomas
Referencia	Parisa	Marathon		Ceramix	Lavatory Faucet	Allegroh Novo	Series 3020	Series 3010
Precio	\$205	\$211	\$215	\$216	\$218	\$220	\$228	\$228
								

Danze	Delta Select	St. Thomas	Cifial	Delta Faucet	Moen	American Standard
Sonora	Stratford	Series 3030	Brunswick	Innovations	Asceri	Innsbrook
\$237	\$257	\$277	\$282	\$282	\$286	\$297
						

Tabla 36: Grifería para Lavamanos, Unidad Central. Precios \$300 - \$399

Marca	Cifial	Cifial	Cifial	Delta Faucet	Cifial	Cifial	
Referencia	Asbury	Asbury	Brunswick	E-Flow	Asbury	Asbury	
Precio	\$320	\$325	\$343	\$345	\$380	\$380	
							

Estrategia promocional de la competencia

En general la mayor parte de los puntos de venta ofrecen catálogos a sus clientes dando así a conocer los productos de temporada o nuevas colecciones. El comprador puede pedir estos catálogos por internet o los obtiene en diferentes puntos de venta.

Algunos de ellos lanzan campañas promocionales a través de medios masivos de comunicación como la televisión, la radio y los diferentes periódicos, se puede remarcar que la publicidad se hace más frecuente y notoria en épocas de alta demanda como la primavera y verano épocas donde se incrementa la producción en la construcción y restauración de viviendas.

Algunas de las compañías mayoristas como Rona patrocinan eventos nacionales como deportes y espectáculos para tomar reconocimiento nacional en el consumidor.

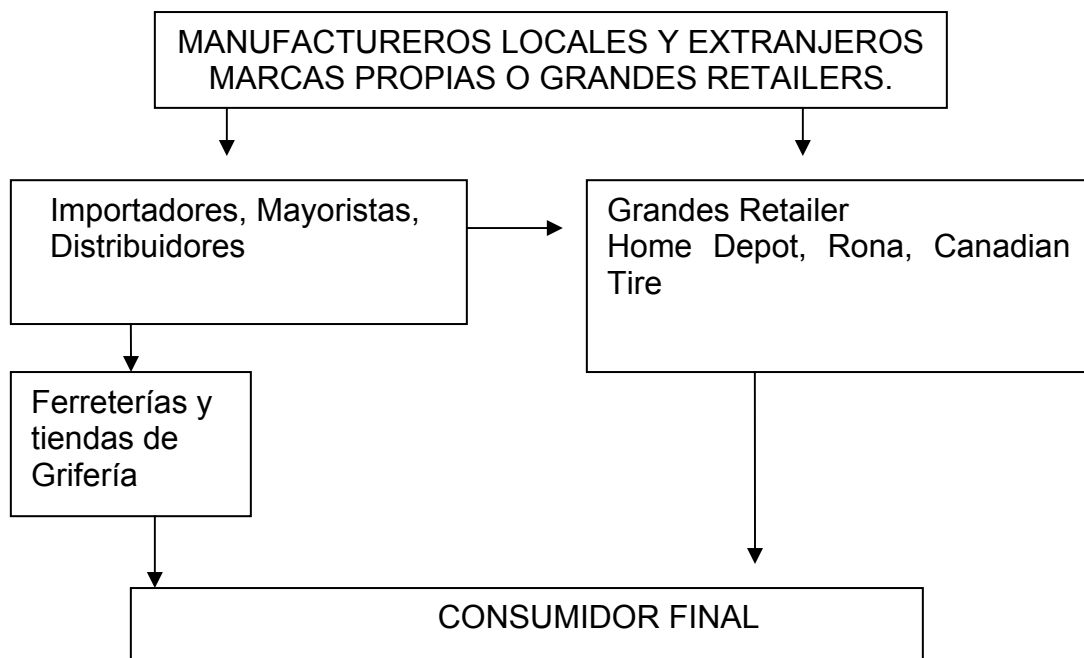
Igualmente una forma muy utilizada por las principales marcas proveedoras de grifería internacional es publicitando o haciendo reportajes sobre las nuevas tendencias del mercado en revistas especializadas como Better House and Gardens, Kitchen and Bath Guide, Style at Home, This Old House, las cuales se encuentran en las principales tiendas y librerías del país. Estas revistas son muy utilizadas por los constructores al momento de ofrecer los diseños a sus clientes para que tengan una mejor idea de las tendencias y de lo que hay en el mercado.

Se notó en visita a diferentes eventos de decoración que estas empresas siempre son expositoras y hacen lanzamientos de nuevas líneas durante estas ferias comerciales.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El sector de grifería en Canadá funciona con 4 actores principales: los productores, los importadores, los distribuidores y los compradores finales.

La compra de productos de grifería se hace mediante los siguientes parámetros:



La distribución de los productos en Canadá se presenta en diferentes formas:

- ◆ Mediante Showrooms especializados donde se pueden encontrar varias marcas
- ◆ Mediante la distribución directa de la compañía
- ◆ A través de las compañías constructoras que de acuerdo a sus preferencias, presupuestos o contratos con diferentes compañías, ofrecen a sus clientes una determinada gama de opciones

- ♦ Mediante Almacenes Mayoristas de productos de mejoras para el hogar en el cual tanto el consumidor final como los contratistas acuden a comprar.

SHOWROOMS:

Son espacios especializados donde se exhiben las marcas tanto nacionales como Internacionales. La mayoría de los showrooms trabajan con varias marcas a la vez y hacen las compras una vez al año a los manufactureros para poder tener un mejor margen de ganancia.

La tendencia en el mercado de showrooms es de mostrar grifería de lujo en vez de grifería para el público en general.

COMPAÑÍAS CONSTRUCTORAS:

El sector de la grifería en la industria de la construcción se puede definir en 2 clases:

1. Construcción de unidad habitacional

Este tipo de vivienda no usa una grifería especializada ni costosa debido a que son viviendas que serán arrendadas y no vendidas por lo cual el presupuesto que se le designa no es muy alto. Debido a la gran movilidad ocupacional que existe en Canadá, se prefiere optar por una grifería estándar, que tenga fácil acceso a los repuestos y que tenga un precio económico.

2. Construcción de propiedades privadas

En este tipo de vivienda, el constructor de acuerdo al público objetivo del proyecto, le ofrece ciertos tipos de grifería que cumplan con el presupuesto de la inversión. La forma como funciona la selección normalmente es mediante el diseñador de interiores que tiene el arquitecto, el cual lleva al cliente a un showroom especializado en el cual venden las marcas que ellos manejan para sus proyectos.

ALMACENES ESPECIALIZADOS

RONA

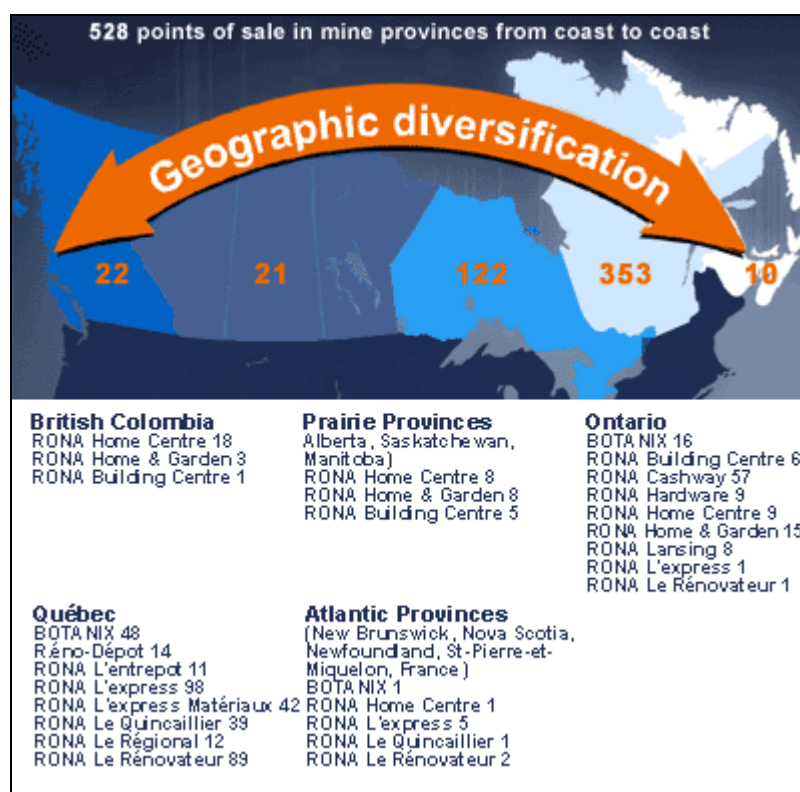
www.rona.ca



Foto tomada por consultor

Compañía fundada en 1937. Normalmente los dueños de la tiendas son los mismos socios e inversionistas, quienes trabajan en ellas, lo que hace que el negocio sea pensado como una Cadena de pequeños propietarios bajo una gran empresa. Es la compañía más grande de en mejoras para el hogar. Entre franquicias y tiendas cuenta con mas de 540 locales en todo el país. Su clientela, esta compuesta por 52% de mujeres y las ganancias obtenidas vienen en un 50% de su negocio de distribución. Rona compró la compañía Réno-Dépôt en Septiembre de 2003. Sus ingresos están fuertemente localizados en Québec, de donde proviene un 55%, pero la compañía está planeando enfocarse mas en su expansión en las regiones de Praries, British Columbia y Ontario donde planea abrir 5 Mega Almacenes y 50 almacenes independientes.

Se afirma en su página de Internet que Rona Maneja el 11% del mercado nacional en su sector y es de las pocas empresas que aún son de capital 100% canadiense, en Québec donde tiene una presencia líder maneja el 31% del mercado



Fuente: www.rona.ca

Rona atiende a 2 tipos de público: El público general que en su mayoría son mujeres, las cuales pueden encontrar todo tipo de decoración para la mejora de la casa y un segundo público que son las compañías constructoras que compran al por mayor para sus proyectos de remodelación o construcción.

En el sector de grifería Rona ofrece diferentes tipos de marcas Nacionales, Internacionales al igual que su propia marca RONA.

Entre las marcas Nacionales que se pueden encontrar, están: BELANGER y la Marca propia Rona las cuales ofrecen productos a unos precios económicos que van desde los \$86 dólares Canadienses hasta unas líneas algo mas costosas.



WALTEC Grifería para baño y ducha \$ 79.36	BELANGER Grifería para baño y ducha \$ 86.00	RONA Grifería para ducha \$ 96.99	RONA Grifería para ducha \$ 96.99	MOEN Grifería para ducha \$ 97.81
 BELANGER Grifería para baño y ducha \$ 97.98	 RONA Grifería para baño y ducha \$ 99.00	 RONA Grifería para baño y ducha \$ 99.00	 YOUNGSTAR Grifería para ducha \$ 99.97	 MOEN Grifería para baño y ducha \$ 99.97

Fuente: www.rona.ca

En cuanto a marcas internacionales, RONA distribuye las marcas mas conocidas como MOEN, AMERICAN STANDARD y DELTA.

La característica que diferencia a RONA es que combina el tamaño y características de un almacén tipo bodega con las comodidades y atenciones de un pequeño local.

Contacto:
 Sylvain Morissette
 Director of Communications and Public Relations
 RONA Inc.
 220 chemin du Tremblay
 Boucherville Qc
 J4B 8H7
 (514) 599-5123
 Email: mors@rona.ca.

HOME DEPOT

www.homedepot.ca

Home Depot fue fundada en 1978 en Atlanta, Georgia y sus oficinas centrales se encuentran localizadas en la ciudad de Smyrna, Georgia. Home Depot ha logrado convertirse en la empresa de venta de accesorios, herramientas y materiales para la construcción, remodelación de casas, artículos y herramientas para jardinería más grande a nivel mundial.

Actualmente cuenta con tiendas en 49 Estados de los Estados Unidos, Puerto Rico, México, las provincias canadienses, donde emplea alrededor de 18 mil personas. El objetivo de Home Depot es proveer productos que les permita a los usuarios realizar sus propias labores sin necesidad de contratar un experto. Para lograr esto ofrece una gran variedad de cursos de capacitación, donde se le enseña a los clientes desde como pintar una casa hasta como lograr tener un jardín. Cada tienda ofrece entre 40 y 50 mil artículos y materiales para la construcción y mantenimiento de los hogares.

Opera actualmente en siete (7) provincias del Canadá, Alberta, British Columbia, Manitoba, Nova Scotia, Ontario, Québec y Saskatchewan. Home Depot cuenta con mas de 102 almacenes y sus ventas ascienden a mas de dos mil millones de dólares Canadienses ²³ en el 2003.




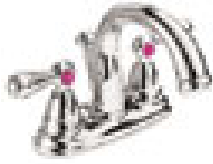

Los productos de grifería que se encuentran en Home Depot Canadá, son para un mercado un poco más exigente y que no solo busca precio sino calidad y diseño. Por esta razón la gama de productos que se venden arranca en un precio de \$99 de la marca **PRICE PFISTER** y van hasta \$309 por grifería marca **MOEN**.


A diferencia de RONA, Home Depot Canadá no posee marca propia y tiene menos variedad de marcas, ofreciendo solo **DELTA, PRICE PFISTER, MOEN Y KOHLER**.

Su mercado objetivo son mas las compañías constructoras que compran al por mayor y que están buscando grifería importada con diseños estilo europeo para sus nuevos proyectos ya sea de remodelación o de construcción.

²³ Dun & Bradstreet Million Database

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Montreal (WTC-M), Home Depot Canadá esta en negociaciones con los productores locales de Québec para comprarles directamente para reducir el tiempo de compra y de abastecimientos en todos los establecimientos en Canadá.

	Price Pfister Parisa 1h Lav Faucet Chrome Model: 8A2-VCOO	99.00 CAD*
	Price Pfister Parisa 3-Hole Kit W/ Spray Pol Chr Model: 034-3NCC	136.00 CAD*
	Delta Delta "Rhythm" Single Lever Lavatory Faucet, Chrome Model: 582-WF	139.00 CAD*
	Delta Delta Botanical 2 Handle Lavatory Faucet Centreset, Chrome Model: 2565-217	148.00 CAD*
	Moen Villeta Platinum/Chrome Lav W/Popup Model: L84721PME	149.00 CAD*

	Moen Villeta Plat.Chrome Pres. Bal/Tub Sh Model: L82383PME	189.00 CAD*
	Price Pfister Catalina 4" LAV BRSH Nickel Model: 048-E0BK	189.00 CAD*
	Kohler Fairfax Sink Fct W/Spray Pol. Chrm Model: R12173-CP	198.00 CAD*
	Price Pfister Luxury Pull-Out Kitchen Polish Crom Model: 53P-50CC	198.00 CAD*
	Delta Delta Signature Pullout Kitchen Faucet, Chrome Model: 470	239.00 CAD*

	Moen Monticello 8" Widesprd 2h Lav Chr Model: 8424OE	239.00 CAD
	Price Pfister Catalina Press Bal T&S Brsh Nkl Model: 808-E0BK	239.00 CAD
	Price Pfister Marielle 3-Hole Kit W/ Spray Pol Chr Model: 026-3NCC	246.00 CAD
	Moen Exclusive Posi Temp Brushed Plat T Model: L82303SLPC	250.00 CAD
	Moen Colonnade Kitchen Pullout Chrome Model: 87575CE	259.00 CAD
	Delta Delta Saxony Pullout Kitchen Faucet Model: 473	269.00 CAD
	Moen Salora Pull Out Model: 87570SL	301.00 CAD

La forma mas utilizada por Home Depot para dar a conocer sus productos y promociones es a través de publicidad en Televisión en programas de mejoras para el Hogar que tienen una gran audiencia, tales como While you

Were Out, Trading Spaces y a la vez mediante avisos en los principales periódicos de la ciudad.

CANADIAN TIRE

www.canadiantire.ca

Canadian Tire fue fundada en 1922, hoy en día sigue siendo una empresa de capital 100% Canadiense y comprende un grupo de empresas que ofrecen una variedad de servicios, accesorios, auto-partes, y talleres de reparación de automóviles, artículos para el hogar, prendas de vestir casual, uniformes y calzado industrial, petroleros a través de sus estaciones de gasolina. La fortaleza de la empresa y donde se ha convertido en líder es en el desarrollo de productos innovadores que buscan facilitar la vida diaria de los canadienses, especialmente cuando se trata de herramientas para las reparaciones en las viviendas.

Canadian Tire es una compañía con más de 1000 establecimientos en todo el Canadá y con un personal de más de 45,000 personas. Sus oficinas principales están ubicadas en Toronto, Ontario. Sus establecimientos comerciales de distribución son mas de 450 siendo el líder en distribución de productos de automotores, deportes, diversión y productos para el hogar.

Su oficina de compras y operaciones centrales están localizada en Ontario, a pesar que los mayores inversionistas son de la provincia de Alberta.

Canadian Tire Retail Tiendas asociadas son reconocidas por todo el país, su permanente innovación de productos, excelente servicio y publicidad en televisión y otros medios los hacen una cadena reconocida en cada rincón de Canadá. Tiene sus propias marcas para las distintas variedades de productos, por ejemplo para artículos de cocina y hogar utilizan su propia marca "Persona" para herramientas tienen su propia marca "Yard Works". Canadian tire cuenta con 450 tiendas en el territorio Canadiense, las tiendas tienen un formato que incluye tres tiendas bajo un mismo techo: Auto partes, accesorios y servicios, artículos deportivos, otro punto fuerte de venta es su comercio electrónico.

PartSource Cadena de almacenes especializados en proveer auto-partes para talleres de reparación, cuentas ejecutivas, profesionales de reparaciones mecánicas.

Canadian Tire Financial Services ofrece una variedad de servicios financieros tarjetas de crédito a los clientes de Canadian Tire, que buscan dar la oportunidad de pagos por crédito y además puntos redimibles. Igualmente se opera un servicio de atención al cliente en la vía, es decir para

desvarar los clientes cuando tienen problemas durante el momento que están manejando.

Canadian Tire Petroleum es uno de las cadenas de estaciones de gasolina, agua para batería, aceites, etc., cuenta con 200 estaciones de servicio y 20 Simoniz lavaderos automáticos de carros en Ontario.

Mark's Work Wearhouse es la cadena mas grande y especializada en uniformes tanto de uso industrial como de oficina, lo cual se combina con ropa casual como dockers, camisas, camisetas tipo polo y calzado de seguridad industrial. Su nicho esta enfocado en ofrecer productos y accesorios para mujeres y hombres entre 25 y 60 años, actualmente cuanta con 300 tiendas que incluyen las tiendas L'equipeur en Québec. Su centro de compras y operación está localizado en Calgary

La división de grifería no ocupa una gran parte de su negocio, pero sin embargo es representativa en cuanto a oferta se refiere. En sus establecimientos se pueden encontrar las siguientes marcas: **DANZE, PEERLESS, MOEN, PLUMBSHOP, DELTA Y ASCOTI.**

El público al cual esta dirigido es mas hacia un usuario final y no a un público mayorista, por lo cual sus precios van desde una gama económica de la marca **PLUMBSHOP** de \$28 dólares hasta un producto **DANZE** por \$299.

Canadian Tire utiliza varias estrategias para mantener la fidelidad de sus clientes y entre ellas es importante anotar 2 de ellas:

- **La creación de su propio dinero:** Por la compra de cualquier producto, hay un porcentaje de la compra la cual es convertida en “dinero Canadian Tire” el cual puede ser utilizado como parte de pago en la siguiente compra.



Fuente: Consultor

- La tienda virtual: Canadian Tire ha diseñado un sitio Web el cual es personalizado y permite hacer las compras de todos sus productos los cuales son llevados a la casa del usuario. Esta estrategia es muy valiosa teniendo en cuenta el clima de Canadá, donde el invierno en gran parte de su territorio llega a -30 grados centígrados.

ACCESO AL MERCADO

TARIFAS ARANCELARIAS

Situación Arancelaria Canadiense

Colombia y Canadá son miembros de Organización Mundial del Comercio (OMC-Piedra angular del sistema de comercio multilateral) creada en 1995. Como miembros de esta organización ambos países se comprometen a mantener un comercio sin discriminación, por lo cual, los países reciben el trato de nación mas favorecida (NMF) y obtienen una ventaja arancelaria sobre los países no miembros de la OMC, sin embargo, por este mismo principio todos los miembros de dicha organización reciben el mismo trato.

Adicionalmente, el gobierno canadiense otorga a Colombia un Arancel general preferencial (GPT)-Denominación que corresponde al esquema del Sistema Generalizado Preferencial (SGP), mecanismo mediante el cual los productos colombianos gozan de preferencias arancelarias. Este sistema es “una ayuda a las economías menos competitivas para que puedan competir con los países desarrollados”.

Aranceles

Colombia hace parte del programa arancelario Nación más Favorecida (MFN) y del Sistema Generalizado de Preferencias (GPT) por lo cual tiene un tratamiento arancelario preferencial.

Arancel Aduanero actualizado de Canadá (2004)

Los productos objeto de este estudio se encuentran libres de arancel.

Sistema Armonizado de Clasificación Arancelaria (Harmonized System -HS) Fracciones arancelarias: 8481.80 (Llaves)			Arancel	
Código HS	English Description	Descripción en Español	0%	CCCT: 0%, LDCT: 0%, GPT: 0%, UST: 0%, MT: 0%, MUST: 0%, CIAT: 0%, CT: 0%, CRT: 0%,
8481	Taps, cocks, valves and similar appliances for pipes, boiler shells, tanks, vats or the like, including pressure-reducing valves and thermostatically controlled valves.	Artículos de grifería y órganos similares para tuberías, calderas, depósitos, cubas o continentes similares, incluidas las válvulas reductoras de presión y las válvulas termostáticas		
8481.80.00	Other Valves and Other Appliances for Pipes, Tanks, Vats or the Like	Los demás artículos de grifería y órganos similares		
8481.80.00.71	Faucets, plated, single control	Artículos de grifería, platead, un solo control		
8481.80.00.72	Faucets, plated, dual control	Artículos de grifería, platead, doble control		
8481.80.00.73	Faucets, unplated	Artículos de grifería, no plateados		
8481.80.00.79	Flush valves, chrome plated	Valvúlas de desagüe, en cromo		

Fuente: Canada Customs and Revenue Agency, enero 2004

Donde, de acuerdo a los Tratados firmados por Canadá con sus socios comerciales:

UST Tarifa aplicable a Estados Unidos

CCCT Tarifa aplicable bajo el Tratado con los países de la Commonwealth del Caribe .

LDCT Tarifa aplicable a países menos desarrollados

MT Tarifa aplicable a México

MUST Tarifa aplicable a Estados Unidos y México.

CT Tarifa aplicable a Chile .

CRT Tarifa aplicable a Costa Rica.

IMPUESTOS

Un dato que se debe tener en cuenta a la hora de calcular el precio de venta final, es el impuesto general de ventas que varía entre el 15% y 16% de acuerdo a la provincia.

REQUISITOS DE ENTRADA Y DE REGLAMENTACIÓN

Para la importación de productos de grifería en Canadá, de acuerdo al Acta de código de seguridad y al Código de regulación de plomería (AR 219/97), todo producto que se venda, instale o repare debe ser aprobado y certificado por un organismo aprobado por los Estándares de Canadá ó debe ser aceptado y certificado por el Consejo de Estándares de Canadá (CSA). www.csa.ca www.csa-international.org²⁴

La certificación de los productos puede ser de 2 formas:

1. Para Canadá:

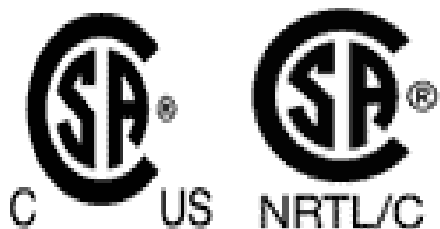


Fuente: CSA_International

Una Marca CSA sola, sin ninguna indicación, significa que el producto esta certificado para el Mercado canadiense bajo los estándares del Mercado Canadiense. Si el producto aplica a mas de un área (ex: equipos eléctricos con componentes de líquidos volátiles), la marca indica que cumple con todos los estándares aplicables.

2. Para Canadá y los Estados Unidos:

²⁴ Para todos los detalles de certificación se sugiere al exportador visitar esta página.



Fuente: CSA_International

Una marca CSA con los indicadores "C" y "US" o "NRTL/C" significa que el producto esta certificado para ambos mercados, el Canadiense y el Americano, cumpliendo los estándares de los dos países. Si el producto aplica a mas de un área (ex: equipos eléctricos con componentes de líquidos volátiles), la marca indica que cumple con todos los estándares aplicables.

Ventajas de la Certificación:

- La certificación CSA en los productos significa que han sido aprobados y cumplen con todos los requerimientos estándares aplicables a seguridad y/o desempeño y/o calidad, incluyendo los estándares escritos o administrados por el Instituto Nacional Americano de Estándares (ANSI), Asociación de Estándares Canadienses (CSA), Fundación Internacional de Sanidad Nacional (NSF) y otros como ASME, ASSE, ASTM
- CSA Internacional es el líder en Norte América en certificación y pruebas técnicas de productos, con una historia que data desde 1919. Están familiarizados con todas las regulaciones necesarias para comercializar los productos en este país.
- CSA trabaja en conjunto con La Asociación Internacional de Inspectores Eléctricos (IAEI), La Fundación Internacional de Seguridad Eléctrica (ESFI), Salud Canadá, reguladores provinciales y la Comisión de Seguridad para la Protección del Consumidor en Estados Unidos (CPSC) para promover los estándares de seguridad en Norte América y el resto del Mundo.
- Los representantes de CSA llevan a cabo mas de 50,000 visitas a las empresas cada año, para asegurar que todos los productos certificados por la CSA continúan cumpliendo con los estándares establecidos.

La certificación CSA es la marca numero uno para plomería y productos relacionados, en Estados unidos y Canadá. Se aconseja al exportador

obtener esta certificación para vender o exportar sus productos tanto a Canadá como USA.

Los fabricantes como Delta Faucets, IPEX, Moen, Wirsbo y muchos otros están certificados por este organismo que les facilita el proceso de aprobación y les ayuda con cumplir con las legislaciones aplicables en el país.

La certificación se otorga bajo el programa Drinking Water Products Evaluation Program, que hace tests y certifica los productos que entran en contacto con agua potable. Este organismo hace los exámenes y certifica plomería, productos eléctricos y mecánicos que tienen contacto con agua potable bajo los siguientes estándares

- ANSI/NSF Standard 60 sobre tratamientos de agua químicos.
- ANSI/NSF Standard 61 evaluación y análisis de productos terminados y componentes que entraran en contacto con agua potable.
- ANSI/NSF 42 & 53 Standard materiales de componentes para tratamientos de agua como filtros.
- CSA Standard B125 requerimientos y seguridad (incluyendo tóxicos) para elementos de plomería, válvulas y demás.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

Aspectos generales de la distribución física en Canadá

En Canadá el transporte de mercaderías puede hacerse por tierra (camión o tren); transporte fluvial o por vía aérea.

Infraestructura de Transporte en Canadá

Canadá cuenta con una de las infraestructuras de transporte más avanzadas del mundo, tanto en su parte terrestre (sistema de carreteras y ferroviario), marítima (infraestructura portuaria) y aérea (sistema de aeropuertos).

A continuación se detallan brevemente las instalaciones y principales características de cada una.

Puertos

Canadá es una nación marítima con acceso a tres océanos – Pacífico, Atlántico y Ártico. Asimismo tiene entrada al sistema de navegación mediterráneo más largo del mundo – El corredor San Lorenzo - Grandes lagos. Cuenta con más de 300 puertos comerciales y numerosas bahías por las que transitan las más diversas mercaderías.

El puerto más grande es Vancouver, ubicado en la costa oeste. Dicho puerto es el principal en importancia para los envíos hacia y desde la región de Asia - Pacífico. El puerto de Príncipe Ruperto, ubicado bajo la península de Alaska constituye el punto de navegación mas cercano entre Norte América y los países de la Cuenca del Pacífico.

Los principales puerto del este de Canadá son Montreal, Halifax, Port Cartier, Sept/Iles/Point Noire, Saint John y Québec.

A pesar del frío existente en los meses de invierno, la mayoría de los puertos de aguas profundas en Canadá se encuentran abiertos y operando a lo largo del año. En los puertos de Montreal y Vancouver, existen las instalaciones e infraestructuras necesarias que permiten un rápido movimiento de las mercancías, satisfaciendo así las necesidades de los comerciantes.

El puerto de Montreal es el puerto líder en Canadá en cuanto a número de contenedores, dada su situación estratégica de encontrarse al interior del continente cuenta con un sistema ínter modal que lo conecta con rutas (carreteras) y sistemas ferroviarios y que le permite un rápido acceso a numerosos puntos de Canadá y de los Estados Unidos.

El río San Lorenzo, una “carretera marítima” ve pasar por sus aguas más de 200 millones de toneladas de carga al año. Entrada vital para la competitividad Canadiense, esta ruta marítima proporciona un camino directo al corazón industrial de Norte América. Sin embargo debido a las condiciones climáticas que afecta la navegación por el Río St. Lawrence y el Lago Ontario no hay servicio de navegación entre los meses de Diciembre a Marzo.

Aeropuertos

Canadá cuenta con 10 aeropuertos internacionales y más de 300 aeropuertos intermedios. La principal línea aérea nacional es Air Canadá, la cual cuenta con rutas extensivas tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo operan en Canadá numerosas líneas aéreas locales o regionales, de “descuento” y líneas aéreas internacionales. Las alianzas estratégicas desarrolladas entre Air Canadá y un grupo de líneas aéreas del resto del mundo – conocidas como Star Alliance – permiten conectar a Canadá con el resto del mundo.

Transportistas canadienses y norteamericanos tienen un acceso ilimitado a efectuar vuelos entre puntos de ambos países. A la vez, Canadá cuenta con acuerdos aéreos bilaterales con más de 66 países.

En Canadá circulan más de 20 transportistas de los Estados Unidos y 47 extranjeros que operan vuelos regulares desde y hacia Canadá.

Carreteras

Canadá cuenta con más de 900 mil kilómetros de caminos públicos. La carretera conocida como Trans Canadá Highway, es la arteria principal que une el país de este a oeste y que recorre más de 7300 kilómetros uniendo todas las 10 provincias.

El sistema de caminos, incluye un número importante de cruces hacia los Estados Unidos, de los cuales 18 son puertas comerciales importantes.

Anualmente se registran más de 10 millones de cruces de camiones entre los Estados Unidos y Canadá, con un transporte de mercaderías estimado de 400 billones de dólares, lo cual convierte a esta forma de transporte en el principal modo de intercambio entre el norte y el sur.

Consciente de la importancia del transporte terrestre para el comercio, Canadá invierte un monto importante de capital en seguridad de la ruta y calidad de la infraestructura de sus carreteras.

Vías Férreas

El sistema ferroviario provee la forma más económica de transporte de mercaderías para largas distancias. Por las vías férreas canadienses se transportan más de 270 millones de toneladas de carga al año.

La industria ferroviaria en Canadá se encuentra dominada por dos empresas, “Canadian National Railways” (CN) y “Canadian Pacific Railways” (CP), ambas ofreciendo servicios a escala nacional (incluyendo intermodales). Tanto CN como CP cuentan con redes domésticas importantes, así como conexiones hacia los Estados Unidos, incluyendo la propiedad de numerosas líneas ferroviarias en los Estados Unidos y un creciente número de afiliados regionales al sistema ferroviario, que les permite servir a los principales mercados Norte americanos. Asimismo cuentan con fácil acceso a los principales puertos Canadienses y las comunidades interiores, ya sea directamente o indirectamente a través de un sistema ínter modal de tren-camión.

Servicios Intermodales

Un sistema de transporte eficiente y confiable, requiere una buena transición de las mercaderías entre los distintos modos de transporte. En

Canadá, se han realizado importantes inversiones y avances en infraestructura y procesos tendientes a mejorar los procesos intermodales de trasposos de mercaderías.

Así por ejemplo CN y CP han simplificado sus procesos de carga y descarga y utilizan terminales descentralizados y más pequeños para llevar a efecto esta tarea, terminales que son menos congestionados y que hacen los trasposos intermodales más atractivos. Asimismo, han introducido un sistema de servicios de contenedores de doble pila (double stack) en tres de sus principales puertos, Vancouver, Montreal y Halifax, lo cual permite ahorrar costos por sobre los trenes de contenedores convencionales.

En la costa Oeste, Deltaport, ofrece excelentes servicios intermodales. Su terminal de contenedores es uno de los más avanzados de su tipo y una puerta de acceso a servicios de transporte para Norte América. Tecnología de punta, sistemas computarizados especializados en operaciones intermodales y acceso directo a dos servicios férreos transcontinentales han permitido duplicar la capacidad de contenedores en el puerto de Vancouver.

Integración con Estados Unidos

Con una cifra del billón de dólares al día en intercambios comerciales cruzando la frontera entre los Estados Unidos y Canadá, tanto por aire, mar, tierra y por tren, contar con una buena infraestructura que permita la fácil circulación de la carga entre ambos países ha constituido una prioridad para el gobierno canadiense, en especial luego de la adopción del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y del acuerdo bilateral de cielos abiertos con los Estados Unidos. Gracias a este acuerdo, se ha visto un aumento importante en el número de vuelos a los Estados Unidos de los 8 principales aeropuertos Canadienses (Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montreal y Halifax).

Los sistemas de transporte de carga Canadienses, tanto por tren, por camión y por aire, se encuentran plenamente integrados con las redes de los Estados Unidos, otorgando así un acceso eficiente a los consumidores y proveedores a lo largo de Norte América, lo cual constituye una ventaja atractiva para aquellos empresarios deseosos de transportar internacionalmente sus mercaderías.

Por lo mismo, los gobiernos de México, Estados Unidos y Canadá están tomando medidas para integrar las regulaciones fronterizas y mejorar los procedimientos que faciliten el movimiento de personas y carga en las distintas fronteras. Dentro de las medidas adoptadas se encuentran, la posibilidad de los transportistas de preparar con anticipación la nacionalización de sus mercaderías, así como toda la inversión en infraestructura y tecnología que expedita los procesos.

Modalidades de transporte

Transporte aéreo

Cuando el exportador elige el transporte aéreo, tiene que considerar los costos de manejo de la mercancía hasta el aeropuerto.

Los cargos aéreos están cotizados por peso y también dependen del volumen y características de la carga.

Dentro de los diferentes factores a considerar al momento de elegir flete aéreo se encuentran:

- Tiempo de tránsito
- Precio (7-10 veces superior a la tarifa de transporte marítimo)
- Disponibilidad de equipo (Ej. contenedores con temperatura regulada)
- Disponibilidad de aeropuertos con capacidad de carga en los puntos de origen o destino.

Las ventajas de este tipo de transporte es sin duda la rapidez en el servicio, aún considerando la detención por revisión.

Por otro lado, una de las desventajas es el alto costo por liberar la mercancía por parte del agente aduanal y el tiempo que esta puede permanecer en el aeropuerto (de 3 a 4 días).

En cuanto a puntos de entrega, la mercancía estaría liberada sólo en el aeropuerto.

Para el transporte aéreo desde Colombia los vuelos se hacen vía Estados Unidos, haciendo escala en Miami, Nueva York o Chicago. Desde Colombia salen de Bogotá y Medellín. Sin embargo, a partir del día 26 de junio de 2004, Air Canadá comenzó a operar vuelos directos entre Bogotá

y Toronto, con una frecuencia de 3 vuelos semanales (Jueves, Sábado y Lunes). En este caso la mercancía se declarará en tránsito hasta Toronto y después la nacionalización se realiza en el punto final de destino.

Desde Colombia el ingreso aéreo puede hacerse a través de Air Canadá esta aerolínea ofrece vuelos comerciales directos entre Bogotá y Toronto. Igualmente se pueden utilizar los servicios de American Airlines, Continental y Delta Airlines para el envío de carga (especialmente perecederos), todas estas aerolíneas prestan sus servicios con escala en los Estados Unidos. Existen otras posibilidades como CUBANA de Aviación quienes vuelan regularmente desde Bogotá y Medellín a Toronto y Montreal. Esta también se ha convertido en una opción para el envío de carga.

Existe la limitación de que estos vuelos son vuelos comerciales, es decir un 95% es de pasajeros, por lo cual hay restricción en cuanto a pesos y medidas de los contenedores, es importante una mayor planeación debido al espacio restringido.

Por tratarse de productos provenientes de Colombia, existe una alta posibilidad de que exista inspección tanto en Estados Unidos como en Canadá por las autoridades aduaneras .

La duración del tránsito es de 3 a 4 días. La carga para en tránsito en los Estados Unidos y está sujeta a cumplir con los requisitos que exige dicho país. Si el exportador no es conocido en dicho país debe acreditarse.

La documentación necesaria es la siguiente:

- Factura en inglés o francés: puede especificar o no el costo del transporte, este no es tenido en cuenta dentro de los impuestos a pagar. NO puede estar en español.
- Packing list o lista de empaque – también en inglés o francés
- Certificado de origen: a fin de poder calcular las tarifas de aduana para cada país. Si no se presenta este documento se impone el impuesto más elevado a la mercancía bajo Nación mas favorecida y no el arancel bajo el sistema general de preferencias.
- Documentación relacionada con la seguridad.

Estos documentos deben estar listos y ser entregados al agente de aduanas 24 horas antes de la salida del vuelo.

La reservación del espacio se hace desde Colombia y cualquiera de las rutas vía Miami, Nueva York o Chicago sirve para el destino final. O directamente con Air Canadá a Toronto.

La elección de la ruta dependerá del servicio y tiempo de tránsito y de la fiabilidad de la empresa de transporte (conexiones a tiempo). En general mientras más largo es el tiempo de tránsito mas bajo será el precio aunque en transporte aéreo no se observa una gran variación.

Para envíos aéreos el mínimo es de 45 kilos y la cotización se hace por carga de
45 kilos o más;
100 kilos o más;
300 kilos o más;
500 kilos o más; y
1000 kilos o más.

Generalmente el agente de aduanas está en la capacidad de preparar la documentación necesaria.

Es importante que el exportador recuerde que la carga está sujeta a cumplir con las normas de empaque necesarias. Si el transportador determina que la carga no cumple con estas normas, puede rechazarla o reempacarla y cobrar por este servicio.

La empresa que se contrate como agente logístico se compromete a buscar la mejor opción y envío en el día acordado.

Existen empresas que prestan el servicio de “**charter**”. Actualmente este servicio es ofrecido de Bogotá o Medellín hasta Miami. Desde Miami la carga es enviada a Canadá en camión. Es posible combinar diferentes productos en un charter, siempre y cuando sea carga seca. Se le recomienda al exportador, averiguar al momento de contratar este servicio, si la empresa está acreditada en los Estados Unidos.

En los Estados Unidos la carga deberá hacer aduana, trámite que se repetirá a su entrada a Canadá. En atención a la particular situación de Colombia, es altamente probable que la carga esté sujeta a una inspección cobrada.

Los costos promedios del trámite de aduana son de 50 a 100 dólares americanos por embarque.

La carga almacena en una bodega en donde de un contenedor se traspasa a otro ya sea para el transporte aéreo o terrestre.

Tabla 37: Capacidad de Carga por Tipo de Aeronave (Ejemplos)

Item \ Nave	BOEING 767 - 300	BOEING 767 - 200	BOEING 757 - 200	MD-83
Capacidad máxima por vuelo	10.000 Kg.	10.000 Kg.	4.000 Kg.	1.400 Kg.
Peso máximo por pieza	1000 Kg.	1000 Kg.	100 Kg.	80 Kg.
Dimensiones máximas de volumen por pieza	150 x 300 x 200 cms.	150 x 300 x 200 cms.	100 x 135 x 135 cms	75 x 120 x 150 cms.

Fuente: Empresa de Transporte Aéreo Deprisa internacional.
www.deprisa.com/servicios/servicio_internacional_carga.htm

Transporte marítimo

Para el evento que se trate de carga seca, existen contenedores de 20', 40', y 45' pies.

Las cotizaciones para carga marítima se realizan por tonelada métrica.

El peso total admisible para cada contenedor varía dependiendo de los países. En Canadá el máximo permitido es de 40,000 kilogramos (40 toneladas).

En el caso de contenedores con temperatura controlada, sólo existen contenedores de 40' y 40' High Cube .

- Less than truck load

En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto.

Dentro de los factores que influyen en el establecimiento de la tarifa, se encuentran:

- a. El peso y volumen del producto
 - b. La fragilidad
 - c. El tipo de carga
 - d. El valor por unidad o riesgo.
-
- Full load containers (FCL).

Existen contenedores para carga seca y con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Las tarifas son dadas por tonelada métrica, lo cual quiere decir que se calcula a volumen o peso según sea el mayor factor.

Las líneas marítimas internacionales o representantes que se encuentran en Colombia son²⁵:

CMA CGM
Evergreen
Hamburg Sud
Hapag-Loyd
Lykes Lines
Maersk Sealand
McLean Kennedy
Montship Inc www.montship.com, www.molpower.com
MSC,
Nortec Marine Agencies
Seaboard Marine
Seanautic Marine
TMM Lines

Restricciones

Normas que establecen restricciones o disposiciones especiales respecto al transporte marítimo de carga. Por ejemplo: Reserva de Carga, prohibiciones para utilizar buques de determinada bandera, etc.

²⁵ Ver anexo

Tabla 38: Normas y Restricciones portuarias en Canadá

NORMA	RESTRICCION / DISPOSICION
Todo barco mercante que entre a cualquier puerto de Canadá deberá presentar la forma A6A.	La forma A6A deberá describir en una forma detallada el tipo de mercancía, el peso, el nombre del vendedor y del comprador.
Antes de que un barco entre a cualquier puerto en Canadá, el dueño del barco o su representante enviará la forma de Notificación de pre-arribo por lo menos 24 horas antes.	La Notificación de pre-arribo deberá ser diligenciada por la persona responsable del barco, sin importar la nacionalidad de la persona.
Todo producto considerado peligroso (explosivos, productos radioactivos) deberá obtener un permiso previo de importación.	El permiso para productos peligrosos deberá ser diligenciado por el intermediario aduanero. El permiso tiene un valor de \$37.92.CND y puede ser comprado en cualquier puerto.

El siguiente cuadro refleja los países que tienen prohibido que sus buques entren a Canadá por razones políticas:

Tabla 39: Países sin permiso de ingreso a territorio fluvial canadiense.

Afganistán	Irán
Angola	Irak
Bosnia	Israel
Camboya	Líbano
Croacia	Liberia
Cuba	Somalia
Haití	Sri Lanka

El transporte Marítimo desde Colombia, aunque existe una buena oferta, es deficiente debido a la falta de volúmenes adecuados para lograr barcos directos entre los puertos Colombianos puertos y los de Montreal, Halifax y Vancouver. Normalmente los barcos paran en Panamá y en los Estados Unidos. La experiencia de los importadores Canadienses es negativa, ya que en los puertos los oficiales de aduanas no están enseñados a

manipular carga desde Colombia y normalmente hacen revisiones rigurosas, ocasionando demoras y sobre costos (Cnd\$ 650) por contenedor, costo que muchas veces afecta la competitividad del producto.

Transporte Terrestre

Los cargamentos por tierra pueden clasificarse como LTL que significa Less than truck load) o como full load o carga completa.

En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto y para establecer dicha tarifa, se considera:

- El peso y volumen del producto
- La fragilidad
- El tipo de carga
- El valor por unidad o riesgo.

Las ventajas de usar este tipo de transporte son:

- a. Disponible para todos los destinos entre terminales y para entregar la mercancía directamente a la planta del cliente.
- b. Retraso mínimo
- c. Se asegura la carga parcial.
- d. Los costos disminuyen entre 7 y 10%.

Las desventajas son:

- a. Hay que considerar el manejo por carga y descarga de mercancías.
- b. El volumen de la mercancía es limitado.
- c. Este método de transporte da poca flexibilidad para manejar diversos tipos de carga.

Para el caso del Full load containers, los cargos de flete o tarifas se hacen por milla de recorrido.

En esta opción, sin embargo, el daño o pérdida parcial de la carga no está asegurada, por lo que hay que tener cuidado de asegurar el daño y esclarecer quien es responsable por la mercancía.

Existen contenedores con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Ventajas:

- a. Precio competitivo
- b. No se cobra por manejo de mercancías
- c. Se puede elegir la ruta de entrega
- d. Hay flexibilidad para establecer fechas de envío y entrega.
- e. Se presenta menor daño a las mercancías.

Es posible obtener tarifas por cargas parciales de $\frac{1}{2}$ carga o $\frac{1}{4}$ de carga, aunque los precios no son proporcionales a la fracción de carga. Es decir, por $\frac{1}{2}$ carga, el precio puede ser $\frac{3}{4}$ del total.

Las tarifas de transporte terrestre dependen además de las distancias entre el puerto y el punto final de destino. Aproximadamente la tarifa que se cobra es de US \$ 1 (1 dólar americano) por kilómetro de recorrido.

A continuación se muestra una tabla de distancias entre principales puertos y centros urbanos en Canadá.

Tabla 40: Cuadro Comparativo de distancias entre principales puertos y centros comerciales de Canadá.

	Halifax	Montreal	Toronto	Calgary	Edmonton	Vancouver
Halifax		1.318	1.857	5.042	5.082	6.119
Montreal	1.318		539	3.743	3.764	4.801
Toronto	1.857	539		3.434	3.455	4.492
Calgary	5.042	3.743	3.434		299	1.057
Edmonton	5.082	3.764	3.455	299		1.244
Vancouver	6.119	4.801	4.492	1.057	1.244	

Fuente: Equipo consultor.

Nota: Todas las distancias anteriores se encuentran expresadas en kilómetros.

Proceso logístico multimodal.

- Montreal y Toronto en la costa Este, por su ubicación geográfica, infraestructura y capacidad, proporcionan ventajas estratégicas y económicas sirviendo de enlace entre los centros urbanos e industriales de Canadá y el Este Americano.
- El puerto de Montreal ofrece una excelente conexión a la vía férrea con acceso directo a los muelles, y Toronto, al sistema vial brindando la opción de servicios regulares.
- Vancouver en la costa Oeste de Canadá es uno de los puertos más grandes de América del Norte, cuenta con acceso a los sistemas férreos y viales interestatales Americanos, ofreciendo servicios de reexpedición de mercancías hacia las ciudades del interior del Oeste de Canadá.
- Si bien la estructura de transporte marítimo de Colombia a Canadá, no ofrece servicios directos, especialmente hacia el Este Canadiense, existen múltiples conexiones que permiten un fácil acceso.
- De acuerdo a la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla, y pacifica Buenaventura hacia Montreal y Toronto, no hay oferta de servicios directos.
- Las líneas marítimas American President, Compañía Chilena de Navegación, Compañía Sudamericana de Vapores y Crowley American Transport unidas en el consorcio "Américas", ofrecen un buque semanal, tiempos de transito que oscilan entre 8-12 días y conexión terrestre desde Nueva York (Estados Unidos). Otras navieras, como Maersk-Sealand, Mediterranean Shipping, Seaboard, P&O Nedlloyd, Hamburg Sud y Zim Container Line prestan el servicio vía Caribe, Charleston, Elizabeth, Fernandina Beach y Nueva York, con mas de 15 días en trayecto desde Cartagena y Buenaventura.
- En la ruta Atlántico – Costa Oeste, se puede contar con dos frecuencias directas cada 15 días, de las líneas marítimas D'amico Line e Italia de Navagazione y uno con trasbordo en Estados Unidos, con salidas cada 8 días, de la línea marítima Maersk-Sealand, el tránsito de los buques entre puertos del Norte de Colombia y Vancouver esta entre 14 y 20 días aproximadamente.

- Así mismo, desde Buenaventura se cuenta con dos servicios directos cada 14 días uno de ellos con el Consorcio AMPAG, conformado por las líneas marítimas Columbus Line, Maruba, TMM y TMG, en tanto que Maersk-Sealand presta servicio con trasbordo en Panamá y Estados Unidos, cada 8 días, la travesía desde Buenaventura toma alrededor de 20 días. Es importante señalar que, algunas navieras están en capacidad de hacer extensión de sus servicios hasta ciudades del interior por el río de St Lawrence.
- En el desarrollo de rutas y consolidados marítimos, es todavía precaria la consecución de espacios para carga fraccionada; esta necesidad deberá ser cubierta por el exportador a través de las gestiones propias que pueda coordinar con un broker o forwarder, en Estados Unidos principalmente en Miami.

Como se mencionó hay que considerar que de acuerdo a la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla hasta Montreal o Toronto, no hay oferta de servicios directos, hay que pasar por Nueva York, lo cual representará tiempo de revisión de contenedores provenientes de Colombia en los Estados Unidos.

Las siguientes rutas consideran una combinación de transporte marítimo y terrestre:

Para entrar a la Costa Este de Canadá (Halifax, Toronto, Montreal)

- **Cartagena → Nueva York → Toronto o Montreal.** Ruta con un tránsito de 15 a 18 días y con frecuencia de 2 veces por semana. La carga llega por vía marítima a Nueva York y de ahí sale por tren o camión a Montreal o Toronto. Es importante cotizar precios en las navieras ya que se observan diferencias de precios a veces significativas.
- **Buenaventura → Halifax :** El tránsito desde Colombia a Halifax es de 21 días. De Halifax se distribuye por tren camión hacia Toronto o Montreal. Este servicio opera con una frecuencia de 1 vez por semana.
- **Cartagena a Halifax** → tránsito de 20 a 23 días

Para entrar a la Costa Oeste de Canadá (Vancouver, Alberta)

- **Buenaventura → Vancouver** – tránsito de 15 a 18 días. Opera con una frecuencia de 2 a 3 salidas por semana. En esta ruta el buque recalca en un puerto de los Estados Unidos pero normalmente no hay inspección.

La ventaja de embarcar hacia Halifax o Vancouver es que se podría evitar la inspección en los Estados Unidos, y más gastos de manipulación de carga.

Una inspección física en los Estados Unidos no garantiza que en Canadá no se lleve a cabo otra. El costo de la inspección dependerá del tiempo que demore la misma (en promedio en Canadá es de 500 a 800 dólares canadienses).

Sin embargo la desventaja es que son tiempos de tránsito más largos, costos más altos dado que el transporte terrestre se cotiza por milla de recorrido y el puerto tiene restricción de equipos especializados. Además sólo hay oferta de una o dos navieras en esta ruta.

Se le recomienda al exportador no considerar a los Estados Unidos como una barrera a sortear en la distribución física en cuanto a la regulación de los productos, por cuanto para mediados del 2004, Canadá exigirá esta misma documentación y aplicará el mismo proceso para todas las modalidades.

Se le recomienda al exportador con un full container optar por las rutas a los puertos de Nueva York o Halifax o Vancouver.

Opción de consolidación: en atención a que el comercio entre Colombia y Canadá no alcanza volúmenes importantes, generalmente no hay carga para consolidar directamente a Canadá. Existe la alternativa de enviar consolidado con otra carga a Miami en donde se consolida con otra carga a Canadá. Una opción es hacerlo desde Cartagena-Buenaventura a Miami, con una frecuencia de servicio de una vez por semana, y desde Miami a Canadá en camión con un tránsito de 24 a 48 horas.

Otra opción a disposición del exportador, es el reunirse con 2 ó 3 exportadores más que tengan productos que requieran de un envío frecuente para optar por un servicio consolidado bajo tarifa preferencial.

También existe la opción de un consolidado exclusivo, en el cual se reúnen productos de diferentes exportadores y que tienen como destino final el mismo importador.

Tarifas

En la última década, el gobierno federal ha introducido importantes reformas al sistema de transporte en Canadá, medidas tendientes a incentivar la comercialización de la industria del transporte y a remover regulaciones gubernamentales innecesarias.

En muchos casos, estas reformas han creado nueva competencia en los servicios de aprovisionamiento y han estimulado las fuerzas de libre mercado al privatizar empresas del gobierno en el sector de transporte.

Para determinar la tarifa por tipo de transporte, el exportador debe considerar que la tarifa para cada tipo de transporte está definida en función de:

1. Peso y volumen de la carga
2. Valor del producto
3. Fragilidad del producto
4. Tiempo de entrega
5. Volumen anual de la carga.

A continuación se inserta una tabla comparativa de precios para transporte dentro de América del Norte según ciertas rutas escogidas:

Tabla 41: Tablas de precios de transporte.

Ruta	Aéreo		Tren	Terrestre
Nueva York – Montreal	50		En general para el transporte por vía terrestre (tren o camión) los precios corresponden aproximadamente a US\$1 (1 dólar Americano) por kilómetro recorrido, por lo que el valor total dependerá de la distancia a recorrerse. Aunque la referencia es general, se le sugiere al exportador estimar hasta US\$ 1.5.	
Nueva York – Toronto	80			
Halifax – Montreal	157*	112		
Halifax – Toronto	207	148		
Vancouver – Calgary	157	112		
Vancouver – Montreal	294	210		
Vancouver – Toronto	294	210		

Fuente: Equipo Consultor.

Notas: los precios aquí contenidos se encuentran expresados en dólares americanos. En algunos casos se encuentran expresados en ambas monedas usando la tasa de cambio publicada por el Banco de Canadá de 2003 de 1 USD = 1,4015 CD\$ o 1 CD\$ = 0.7135 USD.

Los precios por transporte aéreo fueron cotizados con Air Canadá Cargo y están sujetos a cambio sin previo aviso.

Los precios aquí referidos para transporte aéreo corresponden a un envío de 100 kilos, salvo que se indique que se trata de un contenedor. Para transporte por tierra, se considera al transporte de un contenedor.

Fletes

Costo imputable al importador por la movilización de una tonelada, contenedor de 20' y 40', en los principales puertos (cargue/descargue, movilizaciones internas, almacenaje, llenado/vaciado de contenedores, re-empaque, etc.)²⁶.

Tabla 42: Información costo aproximados por contenedor puerto a puerto.

PUERTO	NOMBRE DEL SERVICIO	COSTO	
		Ctnr20'	CNT 40'
Cartagena – Montreal	Servicio de descargue por un valor de US\$ 25 (Ctnr20' o 40').	US\$ 2015	US\$ 2390
Cartagena – Toronto	Servicio de descargue por un valor de US\$25 (Ctnr20' o 40').	US\$ 2150	US\$ 2690
Buenaventura – Vancouver	Servicio de descargue. (El valor no esta disponible)	US\$16 50	US\$244 0

Fuente: Consultores, entrevista a Panalpina.
Unidad Monetaria: Dólar americano

Otros precios de referencia:

BAF \$250 USD

Transporte terrestre local en Montreal o Toronto \$ 195.00 USD

Handling \$ 50.00 USD

Bill of landing fee \$ 35.00 USD

Customs Clearance \$ 75.00 USD

²⁶ Los costos fueron dados por Panalpina y estos incluyen la distribución de la carga a los mercados cercanos siempre y cuando estén dentro del área metropolitana de las ciudades antes mencionadas. El movimiento de carga entre las ciudades de:

- Cartagena - Montreal demora 14 días y las embarcaciones son cada 15 días.
- Cartagena – Toronto demora 14 días y las embarcaciones son semanales.
- Buenaventura – Vancouver demora 19 días y las embarcaciones son cada 15 días.
- Todos los costos aquí estipulados están sujetos a cambios y tienen que ser verificados con Panalpina.

Los precios varían constantemente por lo cual el exportador debe contactar a las empresas para cotizaciones específicas. Las cotizaciones se hacen incluyendo todo el transporte, es decir la fracción marítima y terrestre para facilidad del exportador.

Tiempos de tránsito aproximados para diferentes puertos entre Colombia, Canadá y Estados Unidos.

El siguiente cuadro muestra los días aproximados que toma el transporte marítimo o terrestre entre los puertos definidos.

Tabla 43: Tiempos aproximados (en papel) por vía marítima o multimodal.

	Cartagena	Buenaventura	Miami	NY	Mtl	Toronto	Halifax	Vancouver
Cartagena			5	13	16	9 a 20	15 a 20	
Buenaventura				16	18 a 19	18 a 19	24	15
Miami	5				3	3		
Nueva York	13	16			3	3	15	
Montreal	16	18 a 19		3		4 a 5	5 a 10	
Toronto	19 a 20	18 a 19	3	3	4 a 5			
Halifax	15 a 20	24		15	5 a 0	9 a 10		
Vancouver		15			7	3 a 5		

Fuente: Empresa de distribución logística Panalpina.

A continuación se enumera de forma indicativa los tiempos aproximados de tránsito por vía marítima de puertos con países competidores para diferentes productos de puerto a terminal.

Tabla 44: Tiempos de transporte entre algunos países competidores y puertos en Canadá.

Origen	Destino	Tiempo aproximado
China (Xiamen)	Montreal	30 días
China (Ning-bo)	Montreal	30 días
Shangai	Montreal	23 días
China (Hong Kong)	Montreal	23 días (ideal)
China (Yantian)	Montreal	25 días
Italia	Montreal	14 días
España	Montreal	12-14 días
Portugal	Montreal	12-14 días
Alemania	Montreal	10 días
Reino Unido	Montreal	10 días
Turquía	Montreal	20 días
Brasil	Montreal	25 días

Fuente: Equipo Consultor según entrevistas

Para calcular los tiempos de China hasta Toronto, hay que restar de 3 a 5 días. Este tiempo hay que sumarlo si la mercancía proviene de Europa y llega a Montreal para después transportarla a Toronto.

El tiempo de tránsito ideal entre Vancouver a Montreal por tierra es de 7 días.

Documentación de importación

Los importadores y los agentes aduanales (custom broker) tienen la obligación de proporcionar los documentos y declaraciones necesarias para liberar la mercancía. Los agentes aduanales ofrecen los siguientes servicios:

- Liberar la mercancía de importación.
- Cubrir los derechos exigibles de acuerdo a las diferentes tarifas y leyes.
- Obtener, completar y presentar o transmitir los documentos e información necesaria.
- Mantener un registro de las operaciones.
- Responder a preguntas realizadas por la Agencia de Aduanas de Canadá después del pago de derechos.

Los agentes aduanales cobran honorarios por prestar sus servicios, no son parte del gobierno federal.

Antes de realizar una expedición de mercancía, es posible comunicarse con la agencia aduanal para determinar los derechos exigibles por la entrada de mercancías comerciales a Canadá.

También las oficinas aduanales pueden apoyar en la clasificación arancelaria, la determinación del valor comercial gravable y el tratamiento arancelario apropiado.

Todas las mercancías comerciales introducidas a Canadá están sujetas al pago de derechos de aduana y al impuesto de productos y servicios (GST), a menos que estén libres de arancel de acuerdo a la tarifa.

Los cargos deben cubrirse en divisa canadiense.

El vendedor o exportador debe proporcionar un recibo o factura comercial describiendo con detalle las mercancías de venta y el valor de la venta.

También debe proporcionarse un certificado de origen para que las mercancías puedan ser sujetas a tarifas arancelarias preferenciales otorgadas a ciertos países (en el caso de Colombia, para que se aplique la Tarifa General Preferencial o GPT). Los certificados de origen deben ser completados por un representante de la empresa productora que conozca el procedimiento de fabricación.

Es responsabilidad del exportador colocar a disposición del transportista toda la documentación necesaria para el transporte de su carga, con al menos 24 horas de anticipación (se sugieren 48) antes de que el contenedor llegue al puerto de salida. Si no se cumple con este requisito, los cargos de almacenaje del contenedor quedan a cargo del exportador.

La manera más sencilla de llevar esto a cabo, es utilizar el manifiesto electrónico, en el cual debe constar la identificación clara del producto, el código HS en la factura (idealmente a 10 dígitos, según lo exigido en Canadá). El costo promedio de este servicio es de \$25 a \$45 dólares (AMS fee: Automated Manifest Service).

Los documentos y regulaciones son actualizados constantemente, por lo que se recomienda al exportador colombiano siempre verificar la documentación necesaria con el importador canadiense y el agente de aduanas.

En síntesis, la documentación requerida por aduana consiste en lo siguiente:

- El transportista debe entregar al exportador:

El conocimiento de embarque (Bill of Lading) en caso de transporte marítimo o la guía aérea

- El exportador debe entregar los siguientes documentos:

1. Al proveedor (en caso de que el exportador no sea el productor directo):
La orden de compra

2. Al importador: El contrato de venta
La factura pro forma
La factura comercial
Lista de empaque
Certificado de origen

3. Al transportista: La carta de instrucciones de transporte

- El importador canadiense o su agente aduanal debe contar con la siguiente documentación por parte del proveedor o compañía de seguros:

1. Lista de empaque.
2. Certificado de origen
3. Certificación de seguro
4. Factura estandarizada de la aduana canadiense (Canadian Customs Invoice).

- Otros documentos emitidos por autoridades independientes como:

1. Certificados de inspección
2. Certificado fitosanitario
3. Certificado de calidad.

- Las autoridades canadienses requieren:

1. Factura comercial C.C.I Canadian Customs Invoice
2. Declaración de venta realizada

3. Formato B3 llenado (esto lo puede hacer el agente aduanal)
4. Customs Cargo Control Document

- Documentos internacionales.

1. Factura comercial
2. Lista de empaque
3. Certificado de origen
4. Certificado de seguro
5. Certificado de inspección
6. Certificado fitosanitario

Es importante destacar que las cajas de los productos tienen que presentarse con caracteres en inglés y francés y deben contener la siguiente información básica:

- Nombre y descripción del producto.
- Peso en Kg y libras, además del número de productos contenidos en un envase (caja o pallet).
- Nombre y dirección del exportador.
- Códigos UPC, Canadian Standard Product Code, Shipping Container Code.
- Tamaño y valor de cada envase individual contenido.
- Número de orden de compra.
- País y región de origen.
- Fecha de expiración de la mercadería.
- Número de lote (para identificar envíos).

La regulación en la importación está dada fundamentalmente por la Canadian Food Inspection Agency y Health Canadá. Estas instituciones pueden solicitar inspecciones de la carga una vez que ésta en territorio canadiense. No obstante, las inspecciones también pueden tener lugar en el punto de venta, de modo que el cumplimiento estricto de las normas canadienses es fundamental.

Si la carga es sujeta a inspección en territorio canadiense, fundamentalmente se verificará la documentación y contrastará con los hallazgos dentro del container respectivo. Básicamente:

- Que la mercadería cumpla con los estándares de identificación.
- Container en condiciones propicias para el tipo de carga.
- Envasado y etiquetado conforme a la norma.
- Control de salud.

- **Certificados**

Las reglas de origen a considerar para exportar los productos a Canadá bajo GPT referido en la sección anterior sobre aranceles son las siguientes:

1. No más de un 40% del valor exfábrica es producido fuera del país.
2. Lo anterior exceptúa el caso en que el restante valor provenga de otro país bajo GPT, mientras no supere el 60% del valor total.
3. Todos los requisitos de envase para el transporte deben ser del país de origen.

Existen algunas alternativas en el mercado canadiense para poder diferir el pago de aranceles una vez que la mercadería llegue a destino. Es usual que el cliente (importador) utilice estos mecanismos (fundamentalmente el primero), por lo que vale la pena sintetizarlos aquí.

1. Bonded warehouse: Almacenamiento en el puerto u otro destino debidamente autorizado (bajo licencia) de la mercadería, de tal manera que ésta sólo pagará aranceles y otros impuestos una vez que llegue al punto de venta (en algunos países se conoce esta modalidad simplemente como warrant).
2. Duties relief: Solicitud de suspensión del pago de arancel si el bien será destinado a la reexportación.
3. Duty drawback: Mismo objetivo que el punto anterior pero es cuando el importador solicita la devolución del arancel pagado al reexportar la mercadería.

Requisitos para importar muestras sin valor comercial.

La entidad encargada de regular el envío de muestras a Canadá es "Canadá Borders Services Agency" <http://www.cbsa-asfc.gc.ca>. Para enviar muestra a Canadá se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Las muestras debe se enviadas con una factura comercial como se hacen las exportaciones rutinarias.
- La factura comercial debe discriminar el valor de los artículos, este valor se usará para calcular el impuesto arancelario que deberá pagarse, cuando el valor del arancel, mas el valor del impuesto a la venta (GST-General Service Tax) es superior a dos dólares se pierde el derecho a la exención. En la factura se debe discriminar tanto el código como el del artículo en particular.

- La factura comercial debe decir “Samples not to be sold”.
- Todas las muestras son sujetas al pago del GST, General Service Tax, impuesto a las ventas. Cuando las muestras son temporales y regresarán al país de origen, este valor puede ser re-embolsado. En Canadá las muestras que se utilizarán para Ferias, Show o muestrarios a utilizar durante una visita, podrán importarse bajo el código arancelario 9993.00.00 y serán exentas de impuesto de entrada. Mayor información se puede encontrar en <http://www.cbsa-asfc.gc.ca/E/pub/cm/d8-1-1/d8-1-1-e.pdf>
- En el caso de enviar muestras por mensajería CUYO VALOR COMERCIAL NO EXCEDE LOS \$20.00 dólares canadienses, éstas están exentas de aranceles en virtud del memorando D8-2-16. Sin embargo es muy importante que el exportador no declare un valor comercial de CERO. Esto no es permitido en Canadá. Hay que declarar un valor aunque sea de \$1.00 dólar para el caso de muestras sin valor comercial.
- El número de unidades debe ser razonable.

Debido a la competencia que existe en el mercado de parte de otros países el importador canadiense no está acostumbrado a pagar por las muestras. Igualmente el exportador colombiano deberá correr con los gastos tributarios y costos de transporte que el envío de las muestra genere.

Empresas como Federal Express, UPS o DHL ofrecen el servicio de envío de paquetería por el cual pueden enviarse hasta 150 libras. La mayoría de estas grandes empresas de envío cuentan con centros donde se consolida su carga y posteriormente se envía a la ciudad determinada.

Las ventajas ofrecidas por este método de transporte son la rapidez, la garantía ofrecida por estas empresas de mensajería y la seguridad.

Para envíos de muestras por paquetería o mensajería, se obtuvieron cotizaciones de 3 de las compañías más importantes a nivel internacional. Para efectos del ejercicio se consideró una caja de cartón corrugado de una medida aproximada de 45x17x30 cm. y un peso promedio de 10kg (estos valores son estimados como promedio para un envío de muestras carga general).

La siguiente tabla muestra los precios comparativos de estas compañías. Es necesario notar que estos precios son relativos y pueden variar de acuerdo a las dimensiones y peso del empaque. A la vez, una cuenta

corporativa negociada directamente con la empresa de courier por envíos periódicos/constantes podría reducir estos costos .

Tabla 45: Ejemplo de cuotas para el envío de muestras de Bogotá hacia Montreal, Toronto o Vancouver:

Cantidad	Descripción	Peso en Kg	Servicio	UPS	FedEx	DHL
1 caja	Muestras en caja de 45x17x30 cm..	10 kg	Express 1-2 días	\$153.05	\$ 144.27	\$351.12
				+custom duties	+custom duties	+custom duties
			Expedited 3 días	\$ 138.08	n/a	n/a
				+ custom duties		

Fuente: Equipo Consultor. Precios en USD dólares americanos (tasa de cambio = 1.3 cdn\$/USD)

Análisis de la Distribución Física Internacional para artículos particular

Siempre es recomendable que el exportador contrate los servicios de una empresa de logística de transporte o, en su defecto, de un agente de aduanas, quien le proveerá los detalles relativos a la tramitación de su carga.

Las empresas de logística sólo son expertas en transporte pero el productor colombiano es quien debe conocer las condiciones mediante las cuáles se conserva la calidad del producto (en esto se debe estar especialmente atento a las recomendaciones del agente en Canadá o a los requerimientos del importador). Esto último es especialmente necesario, dado que la aceptación de las muestras no garantiza que se aceptarán los envíos finales para la venta.

Si el producto perdió su calidad por malas condiciones de transporte, la carga será rechazada y los costos serán a cargo del exportador. Las empresas de logística de transporte se encargan de recibir la mercadería en el puerto de origen y gestionan todos los aspectos relacionados hasta el destino final, asesorando en materia de aranceles y gastos de transporte adicionales para una carga específica. Además, aconsejan sobre las rutas más convenientes, presentando un presupuesto con varias alternativas para que el exportador evalúe la opción más económica o aquella que la da más seguridad para, por ejemplo, cumplir con los plazos de entrega.

Para este tipo de productos el procedimiento de envío simple, para cantidades representativas se recomienda el transporte por full container marítimos, o consolidados con carga a Miami para luego ser transportado por camión a Canadá. Para envíos de muestras, y pedidos de poca cantidad el transporte debe ser aéreo. En cualquier caso el producto solo puede ser importado si cumple por la reglamentación y certificación para grifería. En la sección anterior se especificaron los documentos necesarios para la importación, se debe tener en cuenta que estos productos son libres de arancel para todos los países por lo cual no es necesario un certificado de origen.

Los costos de transporte son muy variables, dependiendo de las condiciones del momento (demanda y oferta de transporte desde Colombia), de la ruta elegida y el tipo de carga (sus características especiales y valor).

El manejo de la logística depende de cada negociación particular con el comprador y la ciudad o centros de distribución que este maneje, inclusive algunos compradores de la costa oeste prefieren que el producto llegue por ejemplo a Seattle y de ahí en camión a Vancouver. Sin embargo las rutas tradicionales son las siguientes:

Para ingresar a la Costa Este de Canadá

- Por vía marítima existe la alternativa de enviar mercancía desde Cartagena, transbordando por Nueva York o Miami o bien, de manera directa hasta el puerto de Halifax.
- Otra alternativa es un servicio de embarcación conferenciado que recala en Buenaventura, luego pasa por el canal de Panamá para hacer trasbordo en Centroamérica y para luego llegar a Halifax. No es tan recomendable debido a las demoras en el transporte.
- Por transporte multimodal, se parte de los escenarios anteriores para llegar hasta Nueva York o Miami y de estos puertos por vía terrestre hasta Montreal o Toronto.
- Otra alternativa multimodal considerando que el puerto de entrada a Canadá sea Halifax, es tomar la mercancía por tren (a través de Canadian National) hasta Toronto o Montreal o bien, por vía terrestre. Esta última opción resulta excesivamente cara considerando que el transporte terrestre se cobra por milla de distancia.

Para ingresar a la Costa Oeste de Canadá.

- Por vía marítima la mejor ruta crítica sería embarcar la mercancía en el puerto de Buenaventura y luego llegar a Vancouver. Esta ruta sin embargo presenta costos superiores al Atlántico (alrededor de 5% a 10% mayor) pero es la mejor alternativa para llegar al extremo oeste de Canadá. Hasta Saskatchewan, puede ser recomendable buscar las rutas atlánticas que son menos costosas.

Contactos para distribución física internacional

En Canadá existe la asociación internacional de envío de carga “Canadian International Freight Forwarders Association”. Esta asociación se encarga de representar sus socios y a la vez mantener les informados de los cambios en la industria, igualmente representa los intereses del sector ante el Gobierno Federal y Provinciales. En la página de Internet bajo el subtítulo de Directorio “directory” se puede encontrar la información de transportadores aéreos, marítimos, terrestres, autoridades portuarias etc. Esta información está en detalle e incluye, nombre de la empresa, dirección, teléfonos, páginas de Internet, contactos principales y sus correos electrónicos. Se le recomienda al lector ingresar a: http://www.ciffa.com/members_directory.asp

Tabla 46: Listado de empresas que prestan servicios de logística y distribución física

Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
Ambassador Brokerage Limited	(519) 258-6072		2489 Seminole St., P.O. Box 1267, STN. “A” N9A 6R3	Windsor, Ontario	www.ablcustoms.com	Agentes aduanales
BGL Brokerage Ltd	(514) 288-8111		300 St. Sacrement Street, Suite 123 H2Y IX4	Montreal, Québec	www.bglbrokerage.com	Agentes aduanales
Buckland Agentes aduanales Ltd	(519) 631-4944		73 Gaylord Road N5P 3R9	St. Thomas, Ontario, Canadá,	www.bucklandcustoms.com	Agentes aduanales
Carlstedt Trade Logistics & Freight Forwarders Ltd	01-1-845-634-8810		91 Robin Hood Lane, 10956	New City, NY	www.carlstedt-tlc.com	Agentes aduanales
Davidson & Sons Agentes aduanales Ltd			Suite 1220 - 1188 West Georgia Street	Vancouver, British Columbia	www.davidsonandsons.com	Agentes aduanales
Delmar International Inc	(905) 672-8800	info@delmar.ca	3270 Orlando Drive, L4V 1C6	Mississauga, Ontario	www.delmar-group.com	Agentes aduanales
DHL International Express Ltd					www.dhl.com	Agentes aduanales
Exel Global Logistics (Canadá) Inc	613 739 7120		Unit 6 140 Thad Johnson Road K1V 0R4	Gloucester Ontario	www.exel.com	Agentes aduanales
Film Logic Agentes aduanales Inc	(604) 805-7957	John Parsons	#110-5000 Miller Road V7B 1K6	Richmond, B.C. Canadá	http://filmlogic.ca/	Agentes aduanales
GCB Glover Agentes aduanales Inc	(613) 731-2500		1510 Walkley Road K1V 6P5	Ottawa, ON	www.glovertrade.com	Agentes aduanales
Geologistics Co.	(1)(403) 291 9790		Bay 8-2611-37, Avenue NE T1Y 5V7	Calgary Canadá	www.geo-logistics.com	Agentes aduanales
Hellmann Worldwide Logistics Inc	57 - 1 - 4 39 30 00	C.I. Almaviva S.A..	Cra 106 # 15 - 25 Bodegas 1 & 2 Zona Franca	Bogota	www.hellmann.net	Agentes aduanales
J. Rene Hebert Ltee.	(514) 281-0112	info@jrhebert.com	300 St- Sacrement,	Montréal Québec,	www.jrhebert.com	Agentes aduanales

Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
			suite 28 H2Y 1X7	Canadá		
Licingston International Inc	(416) 626-2800		405 The West Mall M9C 5K7	Toronto ON	www.livingstonintl.com	Agentes aduanales
Maple Freight Ltd	905-673-8101		Vista Center, Core "D" 6500 Silver Dart Dr.,	Mississauga, L5P 1C3	www.maplefreight.com	Agentes aduanales
Omnitrans Inc	866-892-6665		6299 Airport Road, L4v 1N9	Mississauga, ON	www.omnitrans.com	Agentes aduanales
P. Mines Customs Services Inc.	905-871-7434		P.O. Box 1197, 28 Princess Street Fort Erie, L2A 5Y2	Ontario	www.pmines.com	Agentes aduanales
Pacific Agentes aduanales Ltd.	1-888-538-1566		#101 - 17637 1st Avenue Canada V3S 9S1	Surrey, British Columbia	www.pcb.ca	Agentes aduanales
PBB Global Logistics	(416) 241-3106		62 Vulcan Street, M9W 1L2	Etobicoke, ON,	www.pbb.com	Agentes aduanales
Percy H. Davis Agentes aduanales Ltd	306.927.2165	Mark Davis	4 Abbott Avenue, P.O. Box 90 S0C 1W0	North Portal, Saskatchewan	www.percydavis.com	Agentes aduanales
Rodair Agentes aduanales Limited					www.rodair.com	Agentes aduanales
Russel A. Farrow Limited	(519) 252-4415		2001 Huron Church Road P. O. Box 333 N9C 2L6	Windsor, Ontario, Canadá	www.farrow.com	Agentes aduanales
Summit Int'l Trade Services Inc./CUS.BRK	(604) 278-3551	James A. Kendall			www.summitcustomsbrokers.com	Agentes aduanales
Traders Customs Brokerage Ltd	(905) 855-1334		2359 Royal Windsor Drive Canada, L5J 4S9	Mississauga, Ontario	www.traderscb.com	Agentes aduanales
Universal Logistics Inc.	(905) 882-4880		125 Commerce Valley Drive West Suite 750 L3T 7W4	Thornhill, Ontario	www.universalllogistics.ca	Agentes aduanales
UPS Canadá Ltd (United Parcel Service)	1-800-742-5877		6285 Northam Drive, Suite 400	Mississauga, ON Canadá	www.ups.com	Agentes aduanales
W.G. Mckay	416-593-1380		40 University	Toronto Ontario	www.wgmckay.	Agentes

Estudio de Mercado” Grifería para Baños y Cocina”

Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
Limited			Avenue, M5J 1J9		com	aduanales
A & A Agentes aduanales Ltd	(604) 538-1042		A & A Contract Agentes aduanales Ltd., Suite 101, 120-176th Street, V3S 9S2	Surrey, B.C., Canadá	www.aacb.com	Agentes aduanales, Freight Forwarders
CONOVA LOGISTICS	514.634.5115	Andrew Konovalenko	150 Boul. Montreal-Toronto suite 102B	Lachine, Québec	andrewk@conova.ca	Freight Forwarders
Afiliated Agentes aduanales Ltd.	(416) 675-1211, 1 (888) 457-7802		500 Carlingview Drive M9W 5R3	Etobicoke, Ontario	www.affiliated.ca	Agentes aduanales, Freight Forwarders
L.A.C. Shipping	514.735.7038	Paco Steindl	5475 Pare St. Suite 252	Montreal	www.lacshipping.com	Freight Forwarders
Listado electrónico de empresas de manejo de Carga en Canadá					http://www.freightnet.com/canada.html	Freight Forwarders
Sociedad Canadiense de Agentes de Aduana					http://www.cscd.ca/directory/direct.htm	Freight Forwarders
PANALPINA	514.822.4610	Rodrigo Carvajal	2520 Marie-Curie	Saint-Laurent	www.panalpina.com	Servicios de logística a nivel global
CMA CGM Group	514-871-3229, 905-671-2921, 604-681-0987, 57 1 217 8677	Maritrans Ltda	Carrera 7 No. 67-02 Oficina 1201 Bogota	Montreal, Toronto, Vancouver	www.cma-cgm.com	Shipping Line
Hapag-Lloyd Container Line	514-841-7447, 905-282-0244, 604-605-8689, 902-453-4747, 1/2825200/1873	BOGOTA EDUARDO L. GERLEIN S.A.	CRA 10 NO 28-49 EDF BAVARIA PISO 15 BOGOTA	Montreal, Toronto, Vancouver, Halifax	www.hlcl.com	Shipping Line
Maersk Sealand	514-871-0210, 905-624-5585, 604-687-1530	Maersk Colombia S.A.	Calle 98 No.22-64 Oficina 409 Edificio Calle 100 Bogota	Montreal, Toronto, Vancouver	www.maersksealand.com	Shipping Line
Montship Inc	514-286-4646, 1-800668-6850, 905-629-	Montship Inc.	360, rue Saint-Jacques	Montreal, Toronto	www.montship.ca	Shipping Line

Empresa	Teléfono	Contacto	Dirección	Ciudad	Sitio Web	Tipo
	5900,		Suite 1000 Montreal, Québec H2Y 1R2			
P & O Nedlloyd	514-905-3600, 604-688-7797, 902-423-9140, +57 1-327 4040	NEDTRANS S.A.	EDIFICIO BAVARIA TORE A. PISO 17, CARRERA 10 NO.28-49, BOGOTA	Montreal, Vancouver, Halifax	www.ponl.com	Shipping Line
Seaboard Marine	514-286-1002, 905-212-9411, 1-571-313- 0513	Gabriel Mejia Cuellar	Crr. 12 No. 79- 43 oficina 701Bogota	Montreal, Toronto	www.seaboard marine.com	Shipping Line
Seanautic Marine	514-287-1812, 416-620-7224	Seanautic Marine	20, rue Saint- Paul Ouest, Montreal QC H2Y 1Y7	Montreal, Toronto	www.seanautic marine.com	Shipping Line
TMM Lines	604-683-3362, 905-212-6057, +57 1 6019000	AMG		Vancouver, Toronto, Bogota	www.tmmllines. com	Shipping Line
Wallenius Wilhelmsen	1-57 1 317 2400	Naves	Carrera 12 no. 79-32, 4th piso BOGOTA, D.C.		http://www.2wgl obal.com/www/ WEP/index.jsp	

Fuente: Equipo Consultor en base a entrevistas y directorios

Recomendaciones generales al exportador Colombiano

- Verifique el tiempo de entrega con el transportista, ya que los tiempos de tránsito son aproximados.
- Pregunte a la empresa logística o transportista si puede garantizar la fecha de entrega.
- La descripción del producto contenida en la Guía de Embarque puede influir en los costos.
- Contemple cierto margen de error en los tiempos de entrega dependiendo del puerto de entrada, considerando la alta probabilidad de revisión de carga en Estados Unidos, en Canadá, así como el tráfico de mercancías en diferentes puertos en Canadá.

Generalidades del proceso de compra y pago.

A continuación se enumerará de forma descriptiva los pasos y procedimientos a seguir desde el momento en que se da una orden de compra hasta que se libera la mercancía en Canadá.

El procedimiento aquí descrito es general y pueden surgir más especificaciones dependiendo del tipo de producto, de la negociación con el comprador y los requerimientos del comprador.

1. Una vez ha acordado un precio y volumen con el comprador canadiense: éste emitirá una orden de compra al exportador especificando los volúmenes y características del producto de interés;
2. A partir de la orden de compra, el exportador colombiano debe preparar una factura pro forma, que debe enviar al comprador canadiense para que se procese el documento bancario o la modalidad de pago en caso de tratarse de carta de crédito, contra documentos o transferencia bancaria. El exportador colombiano debe especificar en la factura pro forma el banco y cuenta con el cual se hará la transferencia;
3. Cuando el comprador o importador recibe la factura pro forma, se puede solicitar el documento bancario: carta de crédito, transfer, etc;
4. El exportador fijará la fecha de embarque con la empresa transportista. El exportador colombiano debe considerar la fecha de cierre de las empresas navieras, que generalmente es 3 días antes de la fecha de partida, para efectuar la carga del producto en la embarcación a tiempo;
5. Una vez que la mercancía está a bordo, la empresa transportista emite una Guía de Embarque (Bill of Lading). Se requieren 3 originales y 3 copias de este documento;
6. La empresa transportista también debe emitir una lista de empaque;
7. El exportador debe preparar la factura comercial, el certificado de origen y otros certificados necesarios;
8. La mercancía parte al puerto de destino;

9. El exportador debe consolidar los documentos anteriores y enviarlos al banco notificador (en caso que se pague por carta de crédito o contra documentos);
10. El banco notificador verifica los documentos;
11. El banco notificador o bien el exportador envía los documentos al banco emisor de la carta de crédito (banco del comprador);
12. El banco emisor notifica al comprador o importador la llegada de los documentos para la autorización de la transferencia en los términos acordados;
13. La mercancía llega al puerto de destino en donde, en caso necesario, deberá ser inspeccionada con respectivos costos de inspección generalmente a cargo del exportador;
14. El comprador presenta documentos originales a la aduana para legalizar los papeles, cubrir los derechos y cargos tributarios correspondientes y que se puedan sellar los documentos para liberar la mercancía;
15. Una vez que las autoridades han quedado satisfechas con los documentos, pago de impuestos e inspecciones fitosanitarias, la mercancía se libera al transportista; y
16. El transportista remite la mercancía al punto requerido por el comprador.

Es importante notar que en Canadá los importadores o empresas de distribución que conocen los trámites a seguir para liberar las mercancías. La presencia de un agente aduanal NO es obligatoria, pero sí recomendable en el caso de que el exportador colombiano esté encargado de entregar las mercancías hasta el almacén del comprador cubriendo los aranceles.

PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

Perspectivas

Según lo que se pudo establecer en el estudio, existe un crecimiento en la demanda de grifería importada, dándole espacio a las nuevas tendencias modernistas y vanguardistas.

La tendencia de la arquitectura canadiense en general siempre se ha basado en espacios amplios en la sala y comedor y cocinas y baños pequeños, sin embargo en los últimos años se ha visto un cambio en la mentalidad y una mayor importancia para la cocina y baño. Inclusive la cocina esta tomando una participación importante como decoración y se localizan en partes centrales de casas y apartamentos. El estilo Loft también está de moda y allí cada accesorio de la casa es parte de la decoración.

Cada provincia tiene su tipo específico de arquitectura y gustos, que definen la demanda de grifería. Por ejemplo, anteriormente y sobre todo en Québec, las construcciones solo tenían un baño y este no era visto como parte esencial de la casa, por lo cual es normal encontrar en las construcciones antiguas que el baño se localiza en la parte final detrás de la cocina, es la generalidad en las construcciones tradicionales del centro de Montreal, sin embargo ahora los nuevos edificios, construcciones y remodelaciones contemplan espacios para otro baño social. En esta provincia los consumidores gustan de diseños europeos.²⁷

Mientras que en Vancouver, por ser una ciudad “nueva” se encuentran diseños de edificios modernos, altos, mas prácticos con importancia de baños y cocinas.

La construcción en ambas ciudades se ha disparado, sobre todo en Vancouver debido a los olímpicos que se realizaran en el 2010 y la fuerte influencia de la economía China, donde muchos asiáticos han venido a esta ciudad a construir y comprar propiedades.

²⁷ Sin embargo a pesar de este cambio, en todo Canadá los baños no son tan importantes como en Colombia y es difícil encontrar construcciones que tengan por ejemplo baño por cada cuarto o mas baños que habitaciones.

En cualquier caso la perspectiva es de crecimiento, boom en la construcción y demanda mayor de artículos de grifería para todos los segmentos.

De esta manera la grifería no tenía una participación destacada en la decoración, mientras que ahora la tendencia de cocinas abiertas, con islas o barras para atender invitados ha hecho que el diseño y materiales jueguen un papel importante donde el consumidor esta dispuesto a pagar mas por la calidad. También la tendencia es de productos que sean prácticos, que ofrezcan diferentes niveles de presión del agua, que sean manejables.

En cuanto a la grifería para baños, también se nota esta misma tendencia, estos lugares pasaron de ser una parte poco importante de la casa para convertirse en lugares de relajación, con duchas tipo spa y grifería que acompañe esa decoración.

Una perspectiva importante del mercado es el crecimiento de *hágalo usted mismo*, debido a los altos costos de la mano de obra, el canadiense en general hace las reparaciones de su hogar, por este motivo es importante que el exportador Colombiano ofrezca productos de fácil instalación con instrucciones detalladas, los canadienses están acostumbrados a seguir estas instrucciones al pie de la letra. Inclusive para las personas de mayor edad las reparaciones del hogar son un hobby. Este auge de *do it yourself*, se nota en el aumento de canales dedicados a la decoración y reparaciones como Home and Garden o TLC por ejemplo, con auge de programación como Trading Spaces, While you Were Out y otros que enseñan al comprador a remodelar su hogar.

La manufactura local esta muy enfocada al mercado externo, y se ve afectada por bajos precios de Taiwán y China en el segmento bajo, en segmento medio compite con México y Estados Unidos y en el segmento alto con Europa. La tendencia muestra que las importaciones crecerán cada día más y la producción local se traslada a países donde las materias primas están disponibles y la mano de obra es más económica y a una especialización de nicho.

Oportunidades

El consumidor Canadiense presta mucha atención a las marcas que son conocidas internacionalmente y especialmente en Estados Unidos. Si el productor Colombiano exporta a ese país tendrá una mayor oportunidad con Canadá.

Las oportunidades se ven condicionadas a la capacidad del exportador de cumplir con los requisitos de certificación de grifería, ya que sin ellos la entrada al país es imposible. También la oportunidad de entrada depende de la capacidad del exportador de adaptar sus productos a los materiales, tamaños y diseños que se comercializan en el país, para lograr un posicionamiento y permanecer en el mercado la oferta de repuestos y el servicio post venta con garantías es la única forma de competir.

El nicho de productos de bajo precio presenta una competencia agresiva por parte de China, por lo cual la oportunidad para el exportador es un mercado de mayor calidad, segmento medio, para el segmento alto la competencia es Europa y el exportador tendrá que ofrecer diseños de vanguardia.

Existe una alta concentración en puntos de venta, la oportunidad mayor se da en la distribución a través de las grandes cadenas de venta de artículos de reparación, remodelación etc. Pero el exportador debe saber que entrar a estos puntos de venta requiere un trabajo a largo plazo y la necesidad de adoptar las normas que exigen a los proveedores estas empresas. Por ende debido a las características del producto se sugiere trabajar con representantes, importadores mayoristas que conozcan el mercado y los términos de negociación y requisitos de por ejemplo Reno Depot, Canadian Tire o Home Depot, y que tengan productos posicionados en estos canales de venta final tradicionales y que además vendan a las principales empresas constructoras. También existe una oportunidad importante para los exportadores que puedan tener un showroom o que tengan acuerdos con estos lugares para ofrecer sus productos.

En cualquier caso el exportador debe tener paciencia en el mercado Canadiense y saber que la entrada de cualquier producto requiere un trabajo a largo plazo debido a la alta competencia. En general entrar un producto se demora de 6 meses si a 2 años, y posicionarlo hasta 5. Esta lentitud del mercado se debe a los niveles de exigencia, a los cambios que se le pueden pedir al exportador, a las adaptaciones en marca o diseño y demás negociaciones.

Los exportadores certificados que estén en capacidad de ofrecer nuevos diseños, con productos de calidad y buen precio tienen una gran oportunidad en el mercado ya que como se muestra en el estudio, la tendencia en Canadá en los últimos años es al aumento de la construcción en todas las regiones, generando una demanda mayor de todo tipo de grifería. No solo las nuevas construcciones son un mercado, también la remodelación, como ejemplo puntual se destaca Montreal, ciudad de características arquitectónicas europeas, donde el gobierno municipal ofrece subsidios y hasta el pago casi

total a los dueños de casas y apartamentos si estos remodelan y renuevan sus casas en sectores de la ciudad que el gobierno quiere mejorar.

Para ser exitoso en el mercado, como se ha mencionado, el exportador debe tener catálogos de nivel internacional, un servicio post venta adecuado y un conocimiento de las tendencias del mercado.

Recomendaciones generales

1. La clave de éxito en el desarrollo del mercado canadiense está en una organizada estrategia de exportación. Dentro de los aspectos que requieren especial atención se encuentran:

- Intercambio de muestras dentro del menor tiempo requerido, de calidad y precio atractivo, ello asegurará al comprador que el exportador es una alternativa viable.
- Respuesta inmediata a cualquier comunicación recibida (por e-mail, fax o teléfono). Un importador que no puede comunicarse fácilmente con un proveedor, cambiará rápidamente a otro.
- Despachos a tiempo, en caso de demoras siempre es bueno haberlo acordado previamente con el comprador.
- Envío de los productos que correspondan exactamente con las especificaciones / muestras acordadas. Evite sorpresas, los canadienses esperan recibir los productos que ellos compraron.
- Continuidad en el abastecimiento.
- Mantener alta calidad a precios competitivos.
- Utilización del empaque adecuado, de tal manera que el producto no sufra daños durante los traslados.
- Promoción, especialmente si se trata de nuevos productos.
- Conocimiento de los términos de pago.

2. Apóyese en Proexport y su Oficina Comercial en Canadá. Para planificar su visita al mercado, se recomiendan 8 semanas de antelación.

3. El exportador colombiano tiene que tener en cuenta que el mercado canadiense NO ES IGUAL al mercado estadounidense. Existen serias diferencias en cuanto a volúmenes de demanda, requisitos legales, barreras no arancelarias y preferencias del consumidor que los distinguen.

4. Los proveedores que deseen ingresar al mercado canadiense deberán ser empresas con seriedad en su oferta de abastecimiento. Los distribuidores no quieren tratar con ofertas únicas o “spot”.
5. Conozca a su comprador. Antes de entablar cualquier relación comercial, investigue todo lo relacionado con la empresa que está interesada en sus productos.
6. La primera impresión es muy importante; para la mayoría de los compradores. Por ello, juegan un rol importante la información inicial de la empresa y sus productos, incluyendo fotografías y/o página web y catálogos de sus productos (en inglés y francés, este último especialmente para el mercado de la provincia de Québec), las muestras y un dominio total de los productos que desea vender, su estructura de costo y producción, con precios definidos (FOB y CIF).
7. El ambiente de negocios es relativamente informal donde el protocolo es mínimo. La puntualidad es muy respetada e importante.
8. Hablar inglés en forma fluida es vital, y si se dirige a la Provincia de Québec es recomendable el francés.
9. En Canadá todo se programa con mucho tiempo de anticipación.
10. Busque distribuidores ya establecidos y no tratar de construir su propia red de distribución a partir de cero. Perderá tiempo y dinero. Recuerde también que una relación con un distribuidor ya establecido creará valor agregado al entrar en un sistema de programación estable de sus ventas al mercado.
11. Para contactar distribuidores locales, el exportador debe presentar un perfil corporativo que incluya la historia de la empresa, la oferta exportable, los productos definidos por nombre científico y los datos del contacto a quien la empresa puede referirse. La información deberá presentarse en idioma inglés y/o francés para el caso de la Provincia de Québec. Esta es una herramienta de mercado que en muchas ocasiones será una carta de presentación para abrir la puerta a una mayor solicitud de precios y muestras.
12. Piense en una relación a largo plazo con el distribuidor. Muchas veces, la introducción de un producto al mercado puede llevarse entre 6 meses y 2 años. Recuerde también que la red de distribución es altamente concentrada en Canadá, por lo que tanto las posibilidades de éxito como una mala experiencia serán rápidamente comunicadas a través de esta red de distribuidores.

13. Mantenga una comunicación constante desde el principio de la relación. Los compradores canadienses aprecian la honestidad y actitud directa de sus contrapartes. Agradecen el hecho de mantener una comunicación abierta y constante a través de e-mail donde se mantenga un seguimiento de los acuerdos.
14. Asegúrese de poner por escrito todos los acuerdos verbales. Si el importador solicita exclusividad, incluya en su contrato un nivel mínimo de ventas anuales.
15. Recuerde que los distribuidores evalúan no sólo la calidad y precio del producto, sino la seriedad e interés de las empresas por un desarrollo conjunto de la demanda de su producto en el mercado canadiense.
16. Para acuerdos logísticos, es recomendable contactar a agencias de transporte internacional en Colombia para realizar los envíos de muestras y contenedores.
17. Visite las ferias comerciales. Para tener una idea y conocimiento del mercado se aconseja visitar las principales ferias, si bien no tiene que ser al principio como expositor, es importante asistir como visitante para conocer de primera mano la competencia y las tendencias. También la concentración del mercado hace que en las ferias se contacte a los mayores participantes de la industria de una manera mas fácil.

ANEXOS

Anexo 1: CONTACTOS IMPORTANTES

Canadian Standards Association CSA

Toda la información necesaria de reglamentación y certificación para grifería.

www.csa.ca

www.csa-international.org (División internacional)

Oficina Principal

5060 Spectrum Way
Mississauga, Ontario
L4W 5N6
CANADA

Tel: (416) 747-4000
1-800-463-6727
Fax: (416) 747-2473

Contacto: Daniel Barbini . Encargado de certificación de productos que entran en contacto con agua potable.

Email: daniel.barbini@csa-international.org

Tel : (416) 747-2515

Montreal

Tel: (514) 428-2418
1-800-463-6727
Fax: (514) 694-5001

865, Ellingham Ave.
Pointe-Claire, Quebec
H9R 5E8
CANADA

Vancouver

Tel: (604) 244-6652
1-800--463-6727
Fax: (604) 244-6508

13799 Commerce Parkway
Richmond, British Columbia
V6V 2N9
CANADA

Canadian General Standards Board
Oficina de normas generales de Canadá ONGC

Sitio web : <http://www.pwgsc.gc.ca/cgsb/home/index-s.html>

Para obtener el producto de mejor calidad al mejor precio, los compradores tanto del sector público como del sector privado necesitan identificar a los proveedores que ofrecen una garantía de calidad. Necesitan saber que los bienes y servicios que vayan a adquirir rendirán siempre según lo esperado y que estarán conformes con las normas y requisitos. Desde 1979, la ONGC ofrece programas independientes de certificación y calificación.

Dirección postal: ONGC
Oficina de normas generales de Canadá
Hull, Canada
K1A 1G6

Dirección: Place du Portage III, 6B1
11 Laurier Street
Hull, Québec
Fax : (819) 956-5644
Correo-E: ncr.cgsb-ongc@tpsgc.gc.ca

Personal de contacto

Servicios Internacionales

Bill Cunningham
Director

(819) 956-0895

bill.cunningham@tpsgc.gc.ca

Elaboración de normas y especificaciones

Marian Gaucher
Gerente de la Dirección de Normas

marian.l.gaucher@tpsgc.gc.ca

Robert Charest
Jefe de Equipo, Dirección de Normas

robert.j.charest@tpsgc.gc.ca

Patricia Dolhan
Jefa de Equipo, Dirección de Normas

patricia.dolhan@tpsgc.gc.ca

Rafeek Khan
Líder interino de equipo, Dirección de Normas

rafeek.a.khan@tpsgc.gc.ca

Programas de certificación y calificación

Penny Silberhorn

penny.t.silberhorn@tpsgc.gc.ca

Gerente de la Dirección de Evaluación de la Conformidad

Donald Fulton
Jefe de Equipo, Servicios de Certificación -
Productos y Servicios

donald.fulton@tpsgc.gc.ca

Ron Tessier
Jefe de Equipo, Servicios de Registro -
Sistemas de Calidad

ron.l.tessier@tpsgc.gc.ca

Roy John

Jefe de Equipo, Servicios de Registro -
Sistemas de medio ambiente, salud y seguridad

roy.john@tpsgc

Industry Canada

Industries Branch
235 Queen Street
Ottawa, ON K1A 0H5
Tel: (613) 954 2883
Fax: (613) 954 3107

www.ic.gc.ca

Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT)

Market Intelligence Division
125 Sussex Drive
Ottawa, ON K1A 0G2
Tel: (613) 992 7722
Fax: (613) 943 8820

www.dfait-maeci.gc.ca

Canadá Revenue Agency (Se ocupa de los impuestos internos a contar de Diciembre de 2003)

www.ccr-aadrc.gc.ca

Informaciones Comerciales y registros 1-800-959-5525
E-services for businesses - 1800-322-7849

Canadá Border Services Agency (Se ocupa de aduana desde Diciembre 2003)

1-800-4619999

www.cbsa-asfc.gc.ca

En el sitio web es posible obtener las direcciones de las oficinas por distrito y ciudades.

Statistics Canada

Statistical Reference Centre (National Capital Region)
Rm. 1500, Main Building
Holland Avenue
OTTAWA, Ontario
K1A 0T6
1800 263-1136
infostats@statcan.ca
www.statcan.ca

Canadian International trade Tribunal

The Secretary
Canadian International Trade Tribunal
Standard Life Centre
15th Floor
333 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario
K1A 0G7
Telephone No.: (613) 993-3595
Fax: (613) 998-1322
e-mail: secretary@citt-tcce.gc.ca
www.citt.gc.ca

HEALTH CANADA (Hazardous Products Act)

Ottawa, Ontario, Canada K1A 0K9
Tel: (613) 957-2991
Fax: (613) 941-5366
www.hc-gc.ca/ehp/ehd/psb/mandate.htm

OTROS

Trade facilitation Office (TFOC)

56 Sparks Street, Suite 300
Ottawa, Ontario, Canada
K1P 5A9
Telephone: 613 233-3925
1-800-267-9674 (in Canada)
Fax: 613 233-7860
Email: tfoc@tfoc.ca
www.tfoc.ca

CANADIAN ASSOCIATION OF IMPORTERS AND EXPORTERS

438 University Avenue, Suite 1618 Toronto, Ontario, Canada M5G 2K8
Tel: (416) 595-5333 Fax: (416) 595-8226
www.caie.ca

TRANSPORTE Y LOGISTICA

Panalpina

468, rue St. Jean suite 400
Montreal, Québec H2Y 2S1
(514) 849-5671
www.panalpina.com

Air Canada Cargo

www.aircanada.ca/cargo

*** Halifax:**

Halifax International Airport
P.O. Box 470
Darmouth, NS B2Y 3Y9
Customer Service : (902) 873-3317 fax: (902) 873-3324
Sales Contact : (902) 873-3324 Fax (902) 873-3702

Toronto

Lester B. Pearson Intl
2580 Britannia Road East
Mississauga, ON L4T 3B5
Customer Service : (905) 694-5300 Fax (905) 694-5355
(800) 387-4865
Sales Contact : (905) 694-5335 Fax (905) 694-5390

Montreal

Pierre Elliott Trudeau Int'l Airport
735 Stuart Graham N.,
Dorval QC H4Y 1C3
Customer Service : (514) 422-0555 Fax: (514) 422-2701
(800) 361-2159
Sales contact : (514) 422-2724 Fax (514) 422-2701

Vancouver

Vancouver International

4900 Miller Road
Richmond, BC V7B 1K7

Customer Service : (604) 231-6800 Fax (604) 231-6835
(800) 667-1729

Sales contact : (604) 231-6825 Fax (604) 231-6968

Anexo 2: Distribuidores de Grifería

ROMAN BATH CENTER

883 Caldeonia Rd
Toronto, ON
M6E 3S8
Tel: (416) 787-1219
Fax: (416) 787-1210
[Website: www.romanbathcentre.com](http://www.romanbathcentre.com)

IRVING'S PLUMBING SUPPLIES

967 College Street
M6H 1A6
Tel: (416) 534-2338
[Website: www.irvingsplumbing.com](http://www.irvingsplumbing.com)

HUDSON PLUMBING SUPPLIES LIMITED

405 Mount Pleasant Road
Toronto, ON
M4S 2L5
Tel: (416) 489-1188
Fax: (416) 489-3791
www.hudsonplumbing.com

BATIMAT CERAMIQUE LTD

4790 JEAN TALON WEST
MONTREAL, QC
H4P 1W9
Tel: (514) 735-5747
Fax: (514) 735-9688
www.batimat.com

C I O T IMPORTS LIMITED

9151 ST. LAURENT BOUL
MONTREAL, QC
H2N 1N2
Tel: (514) 382-5180

Fax: (514) 382-5990

CERAMIQUE ET MARBRE MONDIAL

5970 METROPOLITAIN EST.

MONTREAL, QC

H1S 1A9

Tel: (514) 252-4444

Tel: (514) 252-1013

DORACO-NOISEUX

1452 BELANGER EAST

MONTREAL, QC

H2G 1A7

Te: (514) 729-1821

Fax: (514) 729-2941

MODES IL BAGNO

8465 DECARIE

H4P 2J2

Tel : (514) 344-9222

Fax : (514) 344-9223

AARON PLUMBING & HEATING LTD.

2309 Bancroft Dr

Sudbury, ON

(705) 524-6273

AQUA-TECH SALES & MARKETING INC

4390 Paletta Crt

Burlington (ON)

(905) 631-5815

905-637-8655

www.aquatech.com

AQUADIS & KOMET INTERNATIONAL INC.

1190 boul Michele-Bohec

Blainville, QC

450) 433-2210

www.kometintl.com/main.html

BELLINI PLUMBING INDUSTRIES LTD.

42 Steinway Blvd
Unit 1-2
Etobicoke, ON
(416) 798-0678

CAN-AQUA INC.

3544 Nashua Dr
Mississauga, ON
(905) 678-5092

CENTRE DU COMPTOIR LASALLE INC.

530 av Lafleur
LaSalle, QC
(514) 364-9772
www.armoiresetcomptoirslasalle.com

CORDS CANADA LTD

62 Densley Ave
Toronto, ON
(416) 242-6811

DAUTER STONE INC.

5230 1 St SW
Calgary, AB
(403) 253-3738
www.dauterstone.com/

DELTA FAUCET CANADA

640 av Hélène-Paradis
Charlesbourg, QC
418) 622-5390

DUNLEAVY CORDUN ASSOCIATES INC

260 Caledonia Rd
Toronto, ON
(416) 789-1999

GLOBE UNION CANADA INC.

2655 rue Brabant-Marineau
Saint-Laurent, QC
(514) 907-8000

HY-LINE SALES LTD.

1-19661 96 Ave
Langley, BC
(604) 888-3114
<http://www.hylinesales.com/>

ISLAND MARBLE LTD.

6829 Veyaness Rd
Saanichton, BC
(250) 652-2680
<http://www.islandmarble.bc.ca/>

J. SHIELDS LTD.

1565 North Routledge Pk
Unit 5
London, ON
(519) 471-2031

KEN PARTINGTON SALES LTD.

PO Box 339 Stn Main
Eastern Passage, NS
(902) 464-1758

LA CUISINE INC.

282 Lasalle Blvd
Sudbury, ON
(705) 560-4231

LACROIX DECOR

1140 rue des Basses-Terres
Québec, QC
(418) 627-4771
<http://www.deschenes.ca/montreal/index.html>

**LES INDUSTRIES DE CONDUITS TUBULAIRES DU CANADA LTEE -
KEENEY MANUFACTURING DIVISION**

560 av Orly
Dorval, QC
514) 633-9634

Lindsay Kitchen & Bath Ltd.

205 St George St
Unit 1
Lindsay, ON
(705) 328-1024

MCKINLEY & TAYLOR PRODUCTION CENTRE LTD.

11402 120 St NW
Edmonton, AB
(780) 451-5313

NEPITEK LTD. –

PO Box 5581 LCD Merivale
Nepean, ON
(613) 723-8090

P.P.P. DISTRIBUTION –

347B rue Charles-Marchand
Le Gardeur, QC
(450) 581-5384
www.eaudace.com

PLUMBING HOUSE INC.

1405 Upper Ottawa St
Unit 12
Hamilton, ON
(905) 574-3083

R.G. DOBBIN SALES LTD.

230 Wildcat Rd
Toronto, ON
(416) 663-5465

ROBINETS JALO FAUCETS

579 boul Sainte-Madeleine
Ste-Marthe-Du-Cap, QC
(819) 693-4039
<http://www.jalo.ca/>

STEVE SMITH SALES GROUP INC.

PO Box 9035 RPO White Oaks

London, ON

(519) 690-0009

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

TRANS ATLANTIC IMPORT CO. INC.

6001 47 Ave

Wetaskiwin, AB

(780) 352-9228

UNIVERSAL SUPPLY CO. LTD

2835 12th Ave E

Vancouver, BC

(604) 252-2630

<http://www.universalsupply.bc.ca/>

POWERS CRANE DIV OF WATTS INDUSTRIES

5435 North Service Rd Mississauga,

Ontario L7L 5H7 Canada

Phone: (905) 332-4090

Anexo 3: TIPO DE CAMBIO ENTRE EL DÓLAR CANADIENSE Y EL DÓLAR AMERICANO

Tasa de cambio- Promedio Anual		
Año	1US\$=CD\$	1CD= US\$
2003	1.4015	0.7135
2002	1.5704	0.6368
2001	1.5484	0.6458
2000	1.4852	0.6733
1999	1.4858	0.6730
1998	1.4831	0.6743
1997	1.3844	0.7223
1996	1.3618	0.7343
1995	1.3726	0.7285

**Entre el año 1995-2003 =Bank Of Canada,
Exchange rates. Annual Averages-
<http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>**

**1994	1.37	0.7299
**1993	1.29	0.7752
**1992	1.21	0.8264
**1991	1.15	0.8696
**1990	1.17	0.8547

****para este periodo (1990-
1994)=Economic History Services, EH.Net,
2002. URL:**

Fuentes: Entre el año 1995-2003 =Bank Of Canada,
Exchange rates. Annual Averages- <http://www.bankofcanada.ca/en/exchange.htm>

**Para el periodo (1990-1994)= Economic History Services, EH.Net, 2002.

Anexo 4: Resumen de pasos para aplicar a la certificación otorgada por CSA

Tomado de la página internet de CSA internacional. Se dejan los pasos en inglés para que el exportador se familiarice con el proceso.

Step 1: Start the application process early

Contact our [Customer Service Department](#) at 1-800-463-6727 .Here's what we'll ask for:

- A marketing brochure or data sheet describing the product (what it is, what it does, and what it looks like)
- A photograph of the product
- A list of all components or materials used in the product, including the manufacturers' names, model or catalogue designations, electrical ratings (if applicable), and CSA file numbers (if applicable)
- Indication of any other approvals either already received or being pursued.
- Any alternate materials or components that might be used in manufacturing
- Schematic and/or wiring diagrams, if this is an electrical or electronic product
- The model or catalogue numbers to be covered by this certification, and the similarities and differences between models
- The full name and address of all facilities where the product will be assembled, and a contact person for each facility.

We understand that this product information is one of your company's most valued assets, and our reputation rests on maintaining the confidentiality of the information you provide.

CSA will respond promptly to your submission with a reference number, fixed fee, schedule, sampling requirements, and the name of the CSA staff member assigned to your project (the Project Holder). You will be asked to submit the fee prior to testing.

Step 2: Provide samples and test data

The next step involves providing CSA with a sample of the product you want certified.

Please label all product samples with your project reference number to ensure prompt service. In some cases it might be more practical for the Project Holder to visit your facilities-for example, if the product is very large or the production run is limited. If your product has already been tested by an accredited testing organization, you can include the report containing those test results now.

Step 3: Respond to the Findings letter

Once your product has been tested, you will receive a finding letter. The Findings letter tells you the results of the test and what to do next to obtain certification. This letter may ask you to respond to specific items, or to alter the product to meet certain requirements. If your product is ready for certification, the Findings letter will include a proposed Certification Record, and ask you to confirm this as the published record of the product.

Step 4: Receive final certification

If the product meets the requirements, CSA International will issue a Certification Report and Certificate of Compliance. You may now use the CSA Mark on the certified product upon signing a service agreement with CSA International.