

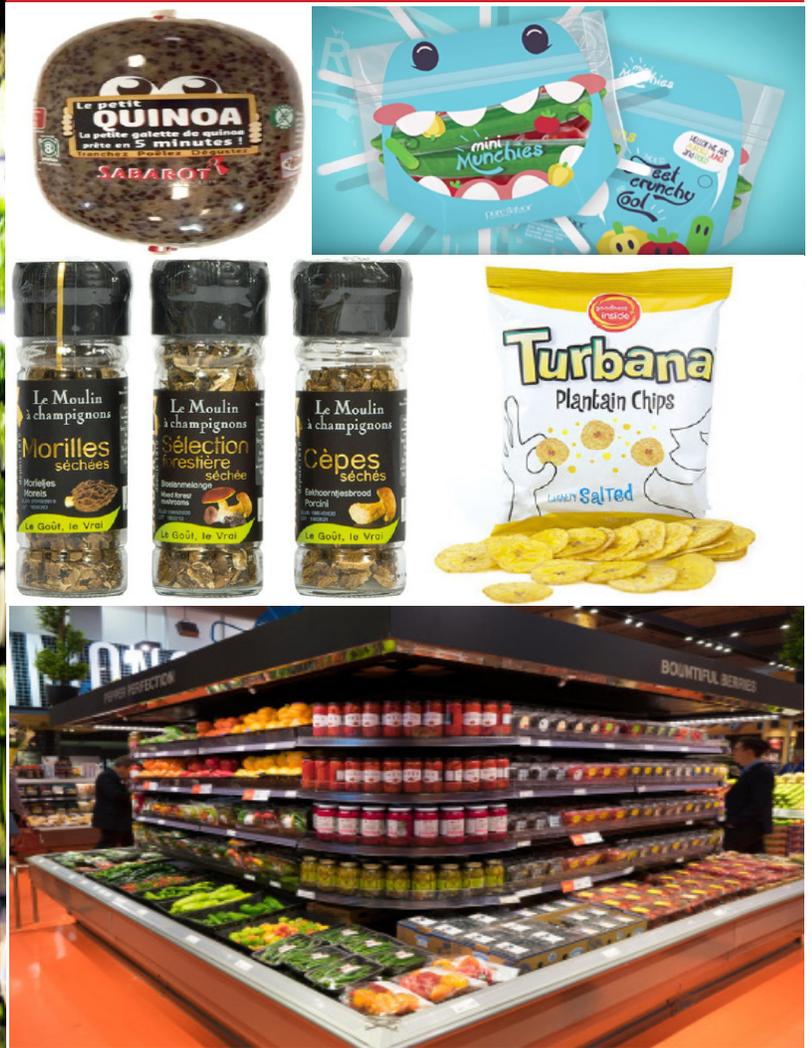
EXPORTANDO A CANADÁ-NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

EDICIÓN EL FUTURO DE LOS ALIMENTOS EN CANADÁ

EN ÉSTE NÚMERO

1. La Perspectiva de Género Canadiense en el Desarrollo Internacional
2. Informe sobre el Sector Alimentario de Canadá 2016: Desempeño Provincial
3. El Mercado Canadiense de Frutas y Verduras Frescas
4. Ante una naciente Política Alimentaria Nacional Canadiense
5. Innovación y Tendencias en las Ferias SIAL 2017 y CPMA 2017, en Toronto
6. Propuesta para Etiquetado en el Frente del Empaquetado
7. Costa Rica Explora las Oportunidades en Canadá en Tecnología Digital
8. Actividades de TFO Canadá
9. Historia de Éxito: CBL "Compañía Srilanques crece y hace bien"



LA PERSPECTIVA DE GÉNERO CANADIENSE EN EL DESARROLLO INTERNACIONAL

Muchos de ustedes recordarán que alrededor de esta misma fecha el año pasado les anunciamos la intención del Gobierno de Canadá de revisar su política de desarrollo internacional, lo que dio lugar a un examen y consulta sobre la manera en que Ministerio de Asuntos Mundiales de Canadá dirigiría sus programas de asistencia en el futuro.

Continúa en la página 2

WEBINARS PRÓXIMOS

Steps to B2B Retail Selling Success: Learn how large Canadian retailers buy produce	Food Safety Systems: A Competitive Edge for Suppliers
Agosto 17, 2017 a las 10am	Septiembre, 2017

Nos Mudamos!

La nueva dirección de TFO Canadá:
 130 Slater Street, Suite 400
 Ottawa, Ontario, Canada K1P 6E2

EDICIÓN EL FUTURO DE LOS ALIMENTOS EN CANADÁ

Un año más tarde, tengo el gusto de informar que el pasado viernes 9 de junio la ministra de desarrollo internacional Marie-Claude Bibeau lanzó oficialmente esta nueva política.

Usted podrá conocer más detalladamente acerca de la [“Política Feminista de Asistencia Internacional de Canadá”](#) (disponible en inglés y francés) haciendo clic en el enlace insertado en el texto, pero le podemos adelantar que la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y niñas son el centro de enfoque de la nueva política. La política se centra en seis áreas de acción destacadas:

1. La igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas
2. Dignidad humana (salud y nutrición, educación y acción humanitaria)
3. El crecimiento al servicio de todos
4. Acción en clima y medio ambiente
5. Gobernanza inclusiva
6. Paz y seguridad

TFO Canada aplaude los esfuerzos realizados por el gobierno canadiense en su extenso proceso de consulta. Según nos han informado, más de 15,000 personas de unos 65 países participaron en el proceso, ya sea en persona o por Internet. Igualmente, estamos muy a favor de poner un mayor énfasis en las cuestiones de género a través de los programas de desarrollo. De hecho, muchos de nuestros proyectos tienen hoy un fuerte enfoque de género. Un ejemplo de ello es la asociación entre TFO Canada y Tim Hortons Coffee en proyectos en Guatemala y Honduras. Uno de nuestros objetivos es incorporar de manera efectiva las cuestiones de género en las actividades de cultivo de café, abordando la desigualdad de género en las organizaciones de agricultores y en los hogares con el fin de elevar la participación de las mujeres en la toma de decisiones y los beneficios que genera el cultivo del café.

Estamos comprometidos a contribuir al logro de esta nueva política y buscaremos formas innovadoras de ofrecer nuestros programas y servicios en beneficio de las pequeñas y medianas empresas de los países en desarrollo.

Les deseo a todos un feliz verano pleno de optimismo y esperanza en el futuro.

Steve Tipman

Director Ejecutivo
TFO Canada



Informe sobre el Sector Alimentario de Canadá 2016: Desempeño Provincial

El 18 de mayo de 2017, el think tank Conference Board of Canada (CBoC) publicó su primer informe de desempeño (2016) del sector alimentario canadiense enfocado en las provincias. Este es el segundo informe publicado por la organización, pero el primero enfocado en alimentos nacionales haciendo una comparación entre las 10 provincias de Canadá.

La ficha informativa clasifica a cada provincia en base de 63 indicadores de desempeño en materia de alimentos, que forman parte de los cinco elementos que integran la Estrategia de Alimentación de la CBoC. Estos elementos son los siguientes:

1. **Prosperidad de la industria**, se enfoca en la cadena de suministro y abarca desde la agricultura primaria hasta la fabricación de alimentos, la venta al por menor y los servicios de alimentos. Saskatchewan obtuvo la calificación de **A** por contar con una excelente área y tamaño de granjas, el capital empleado y la rentabilidad.
2. **Alimentos y Dieta Saludables** presenta los resultados tanto positivos como negativos en base a 16 indicadores sobre dieta, salud y consumo de alimentos. Las provincias Colombia Británica y Quebec recibieron **A**. Este elemento incluye la incidencia de enfermedades crónicas, la obesidad por género, y el consumo de ciertos alimentos, nutrientes y minerales.
3. **Seguridad Alimentaria** dada la cantidad de retiros del mercado de alimentos inseguros en los últimos cinco años, este elemento es extremadamente importante para la salud de los canadienses. Aquí la CBoC examina la incidencia de enfermedades transmitidas por alimentos ocasionadas por Campilobacteria, Salmonela, E. coli y Listeria monocytogenes. Saskatchewan y Manitoba recibieron **A**, a pesar de que ambas provincias obtuvieron bajas calificaciones en materia de retiro de alimentos por cada 100.000 habitantes.
4. **La Seguridad Alimentaria Familiar** examina la incidencia de inseguridad alimentaria en las provincias donde las personas no pueden costear o acceder a alimentos nutritivos utilizando diferentes indicadores como la inseguridad alimentaria infantil y el uso de bancos de alimentos. Cuatro provincias recibieron la calificación de **A**: Alberta, Terranova y Labrador, Quebec y Saskatchewan.
5. **Sostenibilidad Ambiental** este elemento explora cinco temas extremadamente importantes que afectan a Canadá: el desperdicio de alimentos en el hogar, la calidad del aire, la contaminación del agua, la calidad de los suelos y la sostenibilidad ambiental de las granjas. La Colombia Británica y Saskatchewan recibieron **A** en este punto.

Para leer el informe completo, Food Report Card 2016, en inglés, vea [aquí](#).

El dato comercial de Tipman: *La importancia de crear redes de contacto*

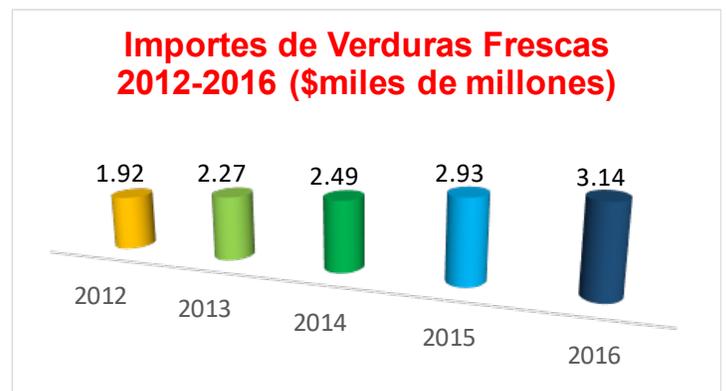
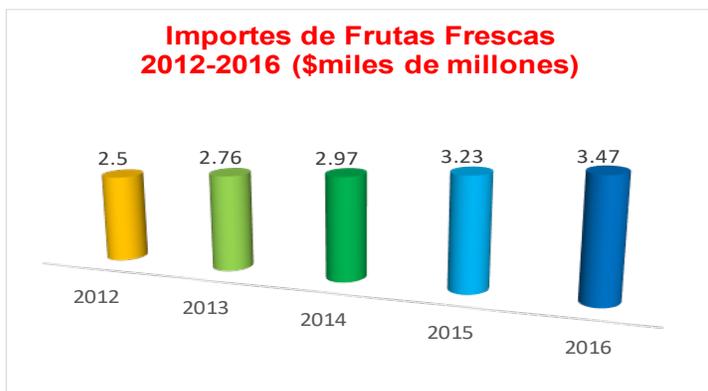
Las relaciones que se establecen con otros participantes durante las misiones comerciales pueden resultar de gran valor. Si bien no cabe duda de la importancia vital que tiene investigar y prepararse bien previamente, de igual beneficio o quizás mayor es usar la misión para forjar relaciones más fuertes con funcionarios de gobierno y demás representantes de negocios que asisten. Es por eso que le sugerimos prestar buena atención y conocer quiénes participarán junto a usted en la misión.

EL MERCADO CANADIENSE DE FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS

En 2016, Canadá importó \$10,000 millones de dólares en frutas y verduras frescas, lo que representó un aumento del 6,4% con respecto al año anterior. Como promedio, los canadienses compran productos frescos al menos una vez a la semana y consumen de tres a cinco porciones por día, muy por debajo de las ocho a diez porciones recomendadas en la [Canada's Food Guide](#) (Guía Alimentaria de Canadá). Casi el 80% de los canadienses no consumen suficientes productos frescos, lo que trae como resultado una carga económica calculada en \$4,400 millones de dólares, causada por mala salud como resultado de una mala dieta.

Entre el 2012 y el 2016, el consumo de frutas en Canadá aumentó un 6%, impulsado por el aumento de las frutas exóticas, como limas, aguacates, dátiles, guayabas y mangos. El consumo de vegetales ascendió un 5% durante este mismo período, impulsado por el aumento de los vegetales de hoja verde como el colinabo, las coles de Bruselas, el grelo y los puerros, así como el auge de los boniatos (batata o camote), el quimbombó y la mandioca.

Es importante que los exportadores conozcan que varios ministerios canadienses están llevando a cabo, o están concluyendo, una serie de consultas significativas con respecto a las regulaciones que rigen los alimentos en Canadá. La mayoría están relacionadas con las normas que rigen la importación de alimentos a Canadá, en particular en materia de etiquetado e inspección, y otras tienen que ver con la salud y el bienestar de los canadienses en general. Las consultas con las partes interesadas sobre las nuevas Regulaciones de Alimentos Seguros para los canadienses (Safe Food for Canadian Regulations en inglés) concluyeron en abril de 2017 y la Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá prevé su publicación final en la Gaceta de Canadá en la primavera de 2018.



Esta información está extraída del estudio de mercado "Frutas y Verduras Frescas". Miembros registrados pueden bajar el informe completo después de Julio 31 en www.tfocanada.ca/mip.php.

ANTE UNA NACIENTE POLÍTICA ALIMENTARIA NACIONAL CANADIENSE

El Gobierno de Canadá se ha dado el propósito de elaborar una política alimentaria para los canadienses. La génesis de esta tarea se haya en la "Carta de Mandato" que le dirigió el Primer Ministro Justin Trudeau al Ministro de Agricultura. La política alimentaria fue señalada como una de sus principales prioridades e instaba a lo siguiente:

"Desarrollar una política alimentaria que promueva una vida saludable y alimentos seguros, y que lleve a las mesas de las familias en todo el país alimentos más saludables y de alta calidad, producidos por ganaderos y agricultores canadienses".

Es así que los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Agroalimentación de Canadá han iniciado el proceso de hacer realidad esta política con una consulta de dos meses de duración con el público canadiense para conocer qué desean ver reflejado en dicha política por medio de una encuesta en línea que se extenderá del 29 de mayo al 27 de julio de 2017. Los canadienses podrán emitir sus opiniones para ayudar a dar forma a esta política alimentaria que abarcará desde la producción hasta el consumo.

Aunque este no es el primer intento de crear una política alimentaria nacional en Canadá, parece que esta vez se hará realidad ya que existe una voluntad política.

Una serie de situaciones han afectado la industria alimentaria canadiense, como el fraude alimentario, la inseguridad alimentaria y el desperdicio de alimentos. En base a los cuatro principios siguientes sobre los que se sustentan las consultas, estas situaciones deberán ser abordadas en esta política alimentaria para los canadienses:

1. Elevar el acceso a alimentos asequibles;
2. Mejorar la salud y la inocuidad de los alimentos;
3. Preservar nuestro suelo, agua y aire; y
4. Cosechar más alimentos de alta calidad.

En la Ciudad de Ottawa se celebró una Cumbre sobre una Política Alimentaria para Canadá con los principales interesados, expertos y responsables políticos clave. Para más información sobre esta política nacional de alimentos lea [aquí](#).

INOVACIÓN Y TENDENCIAS EN LAS FERIAS SIAL 2017 Y CPMA 2017, EN TORONTO

Si usted estuvo de visita en Toronto durante las primeras dos semanas de mayo, es posible que haya ido para visitar la Torre CN o ver los juegos de baloncesto de los Raptors, pero para nosotros en TFO Canadá todo nuestro interés fue dirigido a las ferias de alimentación SIAL y CPMA 2017! La primera fue la de SIAL Toronto para alimentos procesados, donde asistimos con una misión comercial; e igualmente exhibimos en la feria de CPMA (la Asociación Canadiense de la Distribución de Frutas y Vegetales, siglas por su nombre en inglés) para frutas y verdura frescas. En dichas ferias pudimos conocer de una serie de productos y procesos novedosos, así como de una serie de tendencias nuevas que nos gustaría compartir con ustedes.

1. Los **alimentos étnicos** fueron centro de atención en ambas ferias, pero fue en la de CPMA donde se mostraron más variedades. En la sección de vegetales se mostraron boniatos (batatas o camotes) japoneses, cactus con espinas, mientras que en la sección de frutas se exhibieron chirimoyas, jaca, pera de cactus, entre otros.



2. Los **productos innovadores** tanto para los servicios de alimentos como para los consumidores, tales como: cubos de azúcar con sabor a azafrán fueron mostrados en la sección de innovaciones de la feria de SIAL. De hecho este producto ganó el prestigioso premio de Innovación SIAL 2017. El fabricante es Taj Foods Canada, una empresa productora, distribuidora e importadora de alimentos especializada en productos persas y del Medio Oriente.

3. **Comida preparada** como frutas y verduras pre-empacadas. Por ejemplo, se mostraron porciones individuales de frutas

frescas cortadas de Del Monte Canada (para máquinas expendedoras); de USA Side Delights se mostraron patatas condimentadas pre-empacadas y listas para poner al horno a asar o cocinar al vapor en microondas, así como fideos (estilo spaguetti) de vegetales en forma espiral hechos de remolacha, calabacín o calabaza y boniato, presentados por Sliced FC, una empresa de Colombia Británica (Canadá).



4. Entre las muestras de **“súper alimentos”** rediseñados que se pudieron observar en la feria de CPMA estuvo el polvo de remolacha de la empresa Love Beets, promovido como un producto sin OMG ni gluten ni derivados lácteos o animales (vegan), que se usa en batidos, yogur, salsas y alimentos horneados. En la feria SIAL se pudieron observar una serie de productos nuevos e innovadores como la pequeña quínoa (petit quinoa), de una empresa francesa llamada Sabarot, el cual consiste en una mezcla de granos y quínoa que se vende en forma de salchicha diseñada para ser cortada en rodajas y fritas al sartén en pocos minutos; el té de guanábano preparado a partir de las hojas del guanábano; y de los Andes se

mostraron una serie de nuevos granos, en polvo, gelatinizados o en forma frita, como la kiwicha, cama cama y lúcuma.

5. El **auge de los hidropónicos y el cultivo interior vertical** fue ampliamente promocionado en CPMA, donde se mostraron productos cultivados con estos métodos. Un ejemplo fue la empresa de Québec Hydroserre Mirabel, que cultiva lechuga Boston usando este método. Otro ejemplo fue ProdeW, una empresa de equipos de rociado y humidificación la cual mostró sus sistemas de humidificación para invernaderos.



6. La **innovación en el embalaje y clasificación** de productos tuvieron también una presencia notable en ambas ferias con muestras de tecnología térmica utilizada para el etiquetado, empaquetados de tapas selladas de marcas registradas y bolsas de vapor. Por ejemplo, nuestro vecino en la feria CPMA, la empresa MAF de Estados Unidos, exhibía un método de envase y sorteo que permite identificar frutas que han empezado a pudrirse.



PROPUESTA PARA ETIQUETADO EN EL FRENTE DEL EMPAQUETADO

El Ministerio de Salud de Canadá está proponiendo que las etiquetas de nutrición sean colocadas en el frente de los empaques en venta en Canadá. La propuesta va dirigida a alimentos con alto contenido de azúcares, sodio y grasas saturadas, lo cual es una preocupación seria de la salud pública en Canadá, ya que en la mayoría de los casos los alimentos con alta cantidad de esos componentes pueden conducir a enfermedades crónicas. Además de indicar nutrientes específicos, el Ministerio también propone actualizar otros elementos de la etiqueta como los referentes a alegaciones acerca del producto e información sobre edulcorantes. Con el objetivo de conocer las opiniones de la industria, los consumidores y otras partes interesadas, el Ministerio celebró una consulta en línea entre el 14 de noviembre de 2016 y 13 de enero de 2017 y tiene planes de realizar más consultas en el otoño de 2017. Para conocer más ampliamente sobre el porqué de esta propuesta, consulte en <https://www.canada.ca/en/health-canada/programs/front-of-package-nutrition-labelling/consultation-document.html> y considere cómo esto puede afectar su producto. Si desea ver algunas de las opiniones emitidas al respecto por las partes interesadas, haga clic en este [enlace](#), y busque las opiniones emitidas con respecto a “etiquetado en la parte delantera del envase” (en inglés: “Front of Pack Labelling”).

COSTA RICA EXPLORA LAS OPORTUNIDADES EN CANADÁ EN TECNOLOGÍA DIGITAL

Las industrias digitales en Canadá están enfrentando grandes dificultades para adquirir suficientes tecnólogos calificados. Canadá se apremia a satisfacer esta demanda de mano de obra calificada causada por su propio éxito en este campo, y que afecta desde los estudios de animación de renombre mundial de Montreal, hasta empresas de softwares innovadores del llamado Triángulo de Tecnología en el sur de Ontario, así como a las grandes compañías de videojuegos de Vancouver.

Las empresas canadienses están acostumbradas a contratar expertos extranjeros para lograr sus objetivos de negocio. Esta práctica no se limita a las industrias de las tecnologías de la información, ya se trate de soluciones de Internet para la automatización del hogar o aplicaciones tecnológicas en la agricultura para el desarrollo y la gestión de alimentos de próxima generación. Los canadienses se han acostumbrado a expandir sus horizontes a la hora de buscar servicios adecuados. Y ahora los canadienses tienen un nuevo socio potencial cerca de casa.

[TFO Canada](#) recientemente se asoció con la agencia [Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica](#) (PROCOMER), para orientar a las firmas trabajando en las industrias digitales en auge de ese país sobre posibles oportunidades de colaboración aquí. A pesar de no ser un servicio de exportación tradicional de Costa Rica, el país cuenta con un sistema de educación post-secundaria sólido y excepcional, que ha venido promoviendo el desarrollo de habilidades en alta tecnología en el país hasta el punto en que se ha convertido en una fuente ideal de talento para las industrias canadienses.

El Programa de [Acceso al Comercio](#) (Gateway to Trade) fue desarrollado para dar a los proveedores de servicios capacitación que no sólo ayuda a prepararse para exportar, sino que también ofrece conocimientos sobre posibles clientes en el mercado canadiense. En el caso del sector de la informática de Costa Rica, el programa incluyó la preparación de perfiles y planes de exportación que condujeron a una selección de empresas que vinieron a Canadá en una visita de exploración de mercado y para reunirse con otras empresas en abril de 2017. El programa le ha permitido a TFO Canada introducir nuevos proveedores de servicios a los canadienses, así como asistir y asegurar que los proveedores extranjeros estén listos y capacitados para hacer negocios aquí. Para obtener más información sobre el programa Gateway to Trade, visite <http://www.gatewaytotrade.com>



ACTIVIDADES DE TFO CANADA

Actividades de los representantes regionales en Montreal

Abril 10, 2017

El 10 de abril, el asociado de TFO Canada, Marc Germain, organizó una visita a la Alliance Numérique para un grupo



de representantes comerciales de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Egipto, Honduras, México y Pakistán. El Director Ejecutivo hizo una presentación sobre la Industria y se centró en el mercado de los videojuegos. Una de las ferias comerciales más importantes de este sector, la Cumbre Internacional de Videojuegos de Montreal (Montreal International Games Summit), se llevará a cabo en Montreal del 11 al 13 de diciembre de 2017.

Taller de entrenamiento en Yakarta sobre "Cómo preparar informes de mercado"

Abril, 17 - 20, 2017

Mark Germain, Representante Regional de TFO Canadá, realizó un taller de tres días sobre cómo preparar informes de merca-

do ante un grupo de 26 participantes del Ministerio de Comercio de Indonesia, como parte del Proyecto de Comercio y Asistencia al Sector Privado (TPSA, por sus siglas en inglés) entre Canadá e Indonesia. Este es un proyecto de cinco



años financiado por el Gobierno de Canadá a través del Departamento de Asuntos Mundiales de Canadá. El taller brindó a los participantes la oportunidad de hallar y emplear herramientas en los contextos global, indonesio y canadiense para ayudar en la preparación de informes de mercado útiles.

Misión comercial de Bolivia, Jordania, Perú, Panamá, Sri Lanka y Túnez a la feria SIAL CANADÁ 2017

Abril 30- Mayo 4, 2017

TFO Canada en asociación con la Embajada de Bolivia en Canadá; la Asociación de Exportadores de Jordania; La Cámara de Comercio de Lima, la Oficina Comercial de Perú en Toronto; el Ministerio de

Comercio e Industrias panameño; la Junta de Promoción de las Exportaciones de Sri Lanka; el Consulado General de Sri Lanka; la Cámara de Comercio e Industria de Sfax (CCIS) y la Comisión de Comercio de Túnez trajeron 42 empresas representadas por 69 exportadores a SIAL Canadá en Toronto. Los exportadores participaron en una Gira de Familiarización de Mercado, una sesión informativa sobre el marco regulatorio del mercado canadiense y en reuniones de negocio entre empresas organizadas por los expertos de TFO Canada. Los exportadores pudieron conocer sobre el mercado canadiense y de oportunidades potenciales para sus productos.



ACTIVIDADES DE TFO CANADA

Convención y Feria Comercial CPMA Toronto 2017

Mayo 7-11, 2017

El equipo de los Servicios de Información Comercial de TFO Canada integrado por Clarecia Christie y Alina Acosta-Romay representó a la organización en la feria de la Asociación Canadiense de la Distribución de Frutas y Vegetales (CPMA por sus siglas en inglés) donde asistieron a la convención y a la feria propiamente. La organización utilizó el marco para promover sus servicios entre los importadores canadienses, incluyendo una próxima misión comercial a Centroamérica. La organización también acogió a Haití en su stand para promocionar sus muestras de productos frescos.



Misión de exportadores de la Yona Cooperative a Montreal

Mayo 15 - 19, 2017

Amandine Gakima, gerente de proyectos de TFO Canada para África y el asociado de TFO Canada, Bertrand Walle, encabezaron un equipo de tres miembros de Burkina Faso en representación de la Yona Cooperative. Como continuación al trabajo anterior de ayuda a la Yona Cooperative en el sector de la mantequilla de karite, y en colaboración con la Fundación SEMAFO, el objetivo principal de la misión comercial fue ampliar la



lista de clientes de la cooperativa en Canadá. Durante el transcurso de más de cinco días las mujeres recibieron una sesión informativa con TFO Canada y sostuvieron siete encuentros de negocio con siete compradores y distribuidores canadienses, además de participar en giras por el sector minorista. La

misión fue un éxito, ya que lograron obtener dos pedidos de sus colecciones de jabón de mantequilla de karite.

Visita al proyecto en Honduras "Fortalecimiento de las capacidades de PYMES y cooperativas para la exportación de café certificado de Honduras a Canadá"

San Pedro Sula y Tegucigalpa

Mayo 23-26, 2017

El consultor de TFO Canada, Rodolfo Moseres, viajó a Honduras para ultimar la selección de ocho empresas finalistas que formarán parte de la asistencia técnica de preparación para la certificación y la exportación. Rodolfo visitó y se reunió con los productores de café y evaluó su grado de preparación para la exportación. Igualmente, se reunió con representantes de FUNDER para precisar los pasos siguientes para la próxima misión comercial de exportadores en septiembre de 2017.

Visita de TFO Canada a países miembros de la Alianza del Pacífico en el marco del proyecto "Mejoramiento del nivel de exportación y del acceso al mercado de las pequeñas y medianas empresas exportadoras de la Alianza del Pacífico" – bajo el Mecanismo de Respuesta para Socios Comerciales (TPRF, por sus siglas en inglés)

Junio 3 – 23, 2017

Santiago -Chile, Lima – Peru, Bogota-Colombia and Mexico City- Mexico

El Director Ejecutivo de TFO Canada, Steve Tipman, la Gerente de Proyecto, Marysabel González y el Consultor Marc Germain visitaron a los países miembros de la Alianza del Pacífico para conocer sobre los avances del proyecto y confirmar las 20 empresas que participarán en una misión comercial a la feria de Grocery Innovations en representación de la Alianza del Pacífico.



Marc Germain se reunió con las empresas para evaluar su grado de preparación para exportar y obtener información sobre sus productos, lo cual ayudará en la preparación de estrategias de entrada al mercado para los exportadores. Por su lado, Steve Tipman y Marysabel González se reunieron con instituciones de apoyo al comercio para valorar el avance del proyecto y las próximas actividades a realizar durante el último año del proyecto.

Presencia de TFO Canada en la OWIT - Gala Anual de Premiaciones

Toronto

Junio 15, 2017

La Representante Regional de TFO Canada, Alma Farias, recibió a cinco representantes comerciales femeninas de los consulados de El Salvador, Perú y Filipinas (2) y de la Oficina de Comercio e Inversión de Jamaica



durante la XIII Gala Anual de la Organización de Mujeres en Comercio Internacional (OWIT, por su sigla en inglés). Bajo el lema Canadá cumple 150 - Las mujeres: Un faro de luz en el comercio y las negocios mundiales, la ocasión brindó a las mujeres la oportunidad de establecer contactos y conocer de las experiencias de panelistas activas y distinguidas.

Misión de compradores a Costa Rica bajo el Programa de Acceso al Comercio (Gateway to Trade) del TPRF

San Jose – Costa Rica

Junio 17-22, 2017

Ocho empresas canadienses visitaron Costa Rica la semana del 17 de junio de 2017 para reunirse con más de veinte exportadores costarricenses en las áreas de desarrollo de software, videojuegos y animación y marketing digital. La visita tuvo como objetivo facilitar a las empresas costarricenses el acceso al mercado canadiense de servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y servir de vehículo para presentar los servicios de las empresas a posibles compradores y socios canadienses.

HISTORIA DE ÉXITO: CBL

COMPAÑÍA SRILANQUÉS CRECE Y HACE BIEN

Por tercera vez en tantos años, Annas Junaid, Director Ejecutivo de CBL Natural Foods, tuvo la oportunidad de participar en la misión comercial de TFO Canada a la Feria SIAL en 2016. TFO Canada organiza estos eventos para ayudar a sus clientes de todo el mundo a prepararse para la exportación. Pero eso no es todo, TFO Canada propicia un ambiente pleno de oportunidades para el éxito. El objetivo de la organización es facilitar un nivel de éxito que permita a sus clientes contribuir a las comunidades en las que operan. Las misiones comerciales que organiza TFO Canada permiten a los participantes darse a conocer más ampliamente y adquirir las experiencias necesarias para hacer crecer sus negocios.

Hoy día el mercado está más saturado que nunca y para tener éxito las empresas deben ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades actuales y futuras de sus clientes. Además, los clientes están más instruidos e investigan a fondo las organizaciones con las que hacen negocios. No sólo están interesados en el contenido de los productos que compran, sino que también se preocupan por saber qué contribuciones realizan estas empresas en sus comunidades locales. CBL Natural Foods es el tipo de empresa que puede pasar fácilmente este tipo de escrutinio, ya que la empresa obtiene todas sus materias primas de comunidades locales en Sri Lanka. TFO Canada desempeña un papel importante en ayudar a la empresa a alcanzar sus metas.

TFO Canada programó 10 reuniones para que el Sr. Junaid se encontrara con compradores de alto nivel, lo que resultó en que CBL Natural Food asegurara cinco compradores para sus productos. Hasta la fecha, la empresa ha enviado 100 toneladas métricas de productos, valoradas en 1,4 millones de dólares canadienses.

La empresa es uno de los conglomerados más grandes y de más rápido crecimiento en Sri Lanka, en la comercialización global de marcas líderes de galletas, confitería, cereales, productos de frutas orgánicas y muchas otras categorías. La empresa cuenta con certificaciones orgánicas, kosher y halal lo cual es importante en un mercado donde los consumidores están cada vez más preocupados por la salud. CBL Natural Foods exporta frutas, coco, nueces y especias en todo el mundo. Sus productos orgánicos provienen de una red de agricultores en Sri Lanka, lo cual garantiza que sus clientes reciban productos auténticos y de alta calidad. Según Annas Junaid, “entre el 60 y el 70 por ciento de lo que vendemos se regresa a los agricultores rurales de Sri Lanka por su contribución; y este un impacto social directo gracias a los esfuerzos de TFO Canada.”

El año pasado, la empresa compró \$18 millones USD en productos de 3,000 agricultores rurales, de los cuales 40 por ciento son mujeres. CBL Natural Foods ha podido alcanzar estos impresionantes logros gracias a la información proporcionada por TFO Canada. Por ejemplo, durante su asistencia a la última Misión Comercial del SIAL, Annes Junaid participó en una sesión informativa sobre el mercado alimentario canadiense y realizó una gira de familiarización con el mercado. Ambas actividades le permitieron conocer las últimas tendencias alimentarias, el cambio hacia productos naturales y orgánicos y cuáles son los mercados de más rápido crecimiento para sus productos en Canadá,

El Sr. Junaid agrega: “La Misión Comercial del SIAL está creciendo en importancia. Recomendaría a TFO Canada a otros exportadores ya que se beneficiarían de las oportunidades para establecer redes de contactos y obtener información comercial, así como por la buena organización. Lo que me pareció más útil en la feria fueron el énfasis en los productos naturales y orgánicos, así como la presencia de clientes tanto minoristas como mayoristas.” Él también pudo conocer que existe una creciente demanda de cocos, un producto del que tienen una amplia variedad de oferta.

Resulta siempre muy alentador ver cuándo una organización aprovecha al máximo las oportunidades que se le presentan como ha sido el caso de CBL. Con la ayuda recibida, han podido regresar a la comunidad y trabajar para elevar el nivel de educación de los agricultores, algo que han venido haciendo durante más de 40 años. También brindan apoyo a los empresarios y a los trabajadores con capacidades diferentes; apoyan programas de cuidado de niños y ancianos, así contribuyen a programas de desarrollo de infraestructura.

TFO Canada mejora la calidad de vida de las personas a través de la creación de asociaciones comerciales sostenibles entre los exportadores de países en desarrollo y los compradores canadienses y extranjeros. Facilitamos el acceso al mercado canadiense y compartimos experticia en comercio a favor de pequeñas empresas y medianas empresas exportadoras y de los hombres y mujeres que trabajan para ellas. Fundada en 1980, TFO Canada es una organización no gubernamental y sin fines de lucro.

Este boletín ha sido preparado con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá a través de Asuntos globales de Canada

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2017

