

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

EDICIÓN DEL CALZADO

EN ÉSTE NÚMERO

1. Serie de presentaciones en línea sobre la Propiedad Intelectual
2. Política canadiense sobre la importación de tejidos tegumentario
3. El mercado canadiense del calzado
4. Hecho en África: el empeño de Oliberté por producir calzado de forma sostenible
5. Actividades de TFO Canada
6. Aprovechando la rica tradición tejedora en Suazilandia



© Foto de Alicé Lee por Oliberté

HECHO EN ÁFRICA: EL EMPEÑO DE OLIBERTÉ POR PRODUCIR CALZADO DE FORMA SOSTENIBLE

Para la empresa de fabricación ética de calzado Oliberté, la creación de puestos de trabajo sostenibles no es sólo una buena práctica, sino buen negocio. Fundada por el empresario canadiense Tal Dehtiar, Oliberté ha venido fabricando su marca de calzado de estilo corriente en Etiopía desde 2009.

Continúa en la página 4

PRÓXIMAS WEBINARS

[Servicios en línea de TFO Canada: Cómo emplear nuestras herramientas para exportar](#)

21 de abril de 2016 a las 11:00 am (en español)

[El proceso de compras: Sobey's Canada](#)

16 de junio de 2016 a las 10:30 am (en inglés)

Grabaciones de Webinars:
www.tfocanada.ca/webinars

EN CUMPLIMIENTO DE UN COMPROMISO

A principios de mes, TFO Canada celebró el Día Internacional de la Mujer para compartiendo experiencias de mujeres inspiradoras que han alcanzado éxito en el comercio. Con sus esfuerzos, muchas mujeres de todo el mundo están marcando una diferencia en las vidas de familias, de comunidades y de sus respectivos países. La razón por la cual resaltamos el Día de la Mujer es para demostrar la importancia de empoderar a la mujer y la influencia positiva que ello tiene en la sociedad.

Algunos de ustedes recordarán el tema que trató mi artículo en la edición anterior de nuestro boletín bajo el título “Por qué hacemos lo que hacemos”. Pues bien, esto hizo que muchos de nosotros en TFO Canada nos detuviéramos y reflexionáramos más profundamente sobre esta cuestión y tratáramos de explicar claramente el **propósito** de nuestro trabajo.

Como una organización que existe desde hace ya más de treinta y cinco años, pensamos que el momento era oportuno para valorar si el mandato que se le dio a TFO Canada en 1980 sigue aún vigente en la actualidad. A través de una cuidadosa deliberación y consultas con un número de partes interesadas claves, incluido el equipo de TFO Canada, su Junta Directiva, representantes regionales y asociados, nuestras deliberaciones nos llevaron a la elaboración de una nueva **Declaración de Propósito**. Espero que usted esté de acuerdo con nosotros en que esta renovada Declaración recoge el espíritu de nuestro trabajo y también refleja la evolución que ha tenido nuestra organización con el tiempo.

“TFO Canadá 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.”

Mediante nuestro trabajo, en estrecha colaboración con todos ustedes, continuaremos trabajando para seguir haciendo cumplir este **propósito**.

Steve Tipman
 Director Ejecutivo
 TFO Canada



SERIE DE PRESENTACIONES EN LÍNEA (WEBINARS) SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Presentación en colaboración con la Canadian Intellectual Property Office (CIPO)



Una serie dividida en cinco partes que tendrá lugar todos los martes a las 10:30 am, del 3 al 31 de mayo de 2016 (en inglés)

Todos aquellos que participen en las cinco sesiones recibirán un Certificado de Participación.

[Haga clic aquí para registrarse](#)

1. Información básica acerca del tema de la Propiedad Intelectual en Canadá
2. Cómo registrar patentes en Canadá
3. Cómo registrar marcas comerciales en Canadá
4. Derechos de autor: Los tratados internacionales y la importancia de registrar los derechos de autor
5. La exportación de productos falsificados a Canadá (RPMC, Real Policía Montada de Canadá)

POLÍTICA CANADIENSE SOBRE LA IMPORTACIÓN DE TEJIDOS TEGUMENTARIO DE MAMÍFEROS Y ESPECIES AVÍCOLAS

Existen pocas regulaciones para la industria del calzado en Canadá excepto algunas regulaciones generales para prendas de vestir y los aranceles impuestos a los productos de origen animal, tales como pieles, cueros y lana utilizados como materia prima para calzado no están sujetos a regulaciones adicionales de la Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá (AIAC) – la cual tiene a su cargo la elaboración de regulaciones para la importación de tejidos integumentario. Estos incluyen pieles y cueros extraídos de animales.

Las restricciones para este tipo de productos dependen del grado de procesamiento, el país de origen, y de certificaciones específicas. Los productos acabados de cuero o de piel están exentos de las restricciones integumentarias de la AIAC. Los artículos de pieles y cuero terminados están exentos de regulaciones e inspección por parte de la AIAC. En cuanto a los artículos de pieles y cuero no acabados que hayan sido desecados, curtidos, tratados con el empleo de alguna solución líquida o

a base de cal para eliminar los pelos envasados en recipientes cerrados, sellados y herméticos y que aún estén húmedos con dichas soluciones para eliminar pelos, pueden estar exentos de regulaciones de importación. No obstante, pueden estar sujetos a una inspección visual a su llegada.

Ciertos tipos de pieles y cueros pueden estar sujetos a regulaciones adicionales que responden a leyes canadienses sobre la recolección, preservación y producción de artículos de cuero. Estas incluyen: la Wild Animal and Plant Protection and Regulation of International and Interprovincial Trade Act para el caso de pieles provenientes de especies en peligro de extinción; la Pest Control Products Act si el cuero se conserva mediante tratamientos químicos; y la Canadian Environmental Protection Act si el cuero es producido mediante procesos con base biológica.

[Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá, Importation of Integumentary Tissue](#): La política describe siete procedimientos específicos para la importación de pieles y cuero.

El dato comercial de Tipman

“El compromiso es clave para el éxito. Si bien es cierto que la exportación puede aportar grandes ganancias, es necesario invertir el tiempo adecuado, esfuerzo y recursos. Piense en ello como un compromiso a largo plazo y no una solución rápida.”

EL MERCADO CANADIENSE DEL CALZADO

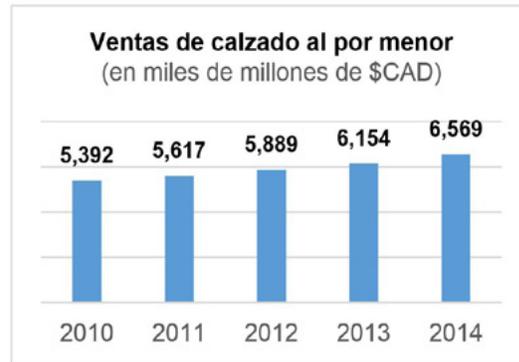
El futuro del mercado del calzado en Canadá se vislumbra prometedor. El mercado total del calzado alcanzó su punto más alto en cinco años con \$6,6 mil millones en ventas al por menor en 2014. Si bien las cifras muestran un promedio de crecimiento anual del 4% en los últimos cinco años (2010-2014), se estima que gran parte del reciente crecimiento de las ventas minoristas ha sido causado por la caída del valor del dólar canadiense y no a causa del consumo real. No obstante, el calzado fue una de las categorías de prendas de vestir de mayor relieve durante la temporada 2014-2015. Las ventas van de la mano de la moda y de los cambios del clima, donde las botas de invierno durante los meses fríos y los zapatos deportivos y sandalias en los meses de verano muestran las mayores ventas respectivamente.

IMPORTACIONES

La mayor parte de la demanda de calzado se satisface a través de las importaciones, las cuales alcanzaron un total de \$2,7 mil millones en 2014. La mayor parte del calzado se importa de China, y de otros países asiáticos como Vietnam, Indonesia, Camboya e India. Europa es también una fuente importante de calzado, especialmente de zapatos de moda procedentes de Italia. Otros países clientes de TFO Canada que constituyen fuentes importantes de calzado incluyen México, Brasil, Bangladesh y República Dominicana.

TENDENCIAS DEL CONSUMO

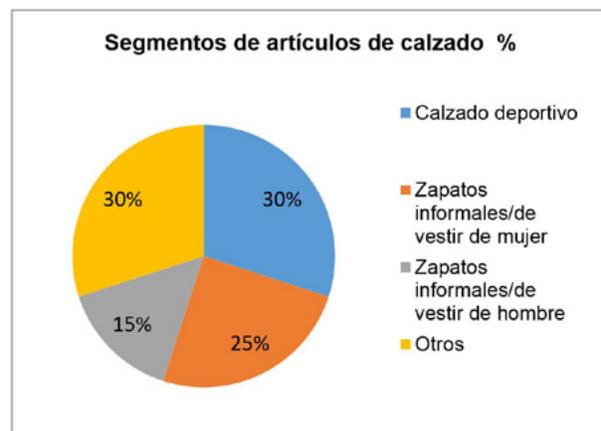
Las mujeres son el grupo de consumidores más grande en este sector, y más de la mitad de todas las compras de calzado las realizan mujeres de 35 o más años de edad. En consonancia con las tendencias de crecimiento general en la moda masculina, este segmento está atrayendo cada vez más atención y se espera que sea el centro de crecimiento en los próximos años. Una de las mayores tendencias en el calzado está dirigida hacia estilos casuales y cómodos que ofrecen beneficios ortopédicos, sin desestimar la elegancia. La innovación en esta industria ha cobrado impulso con avances tecnológicos que incluyen calzado producido mediante impresión 3D, la nanotecnología, y cordones que se atan por sí solos.



Fuente: Statistics Canada (Dirección General de Estadísticas de Canadá), CANSIM Tabla [080-0022](#)

EL CAMINO HACIA EL MERCADO

Los principales compradores de calzado son las peleterías, tiendas de ropa y accesorios, mayoristas, grandes tiendas por departamentos y las tiendas de artículos deportivos. Si bien algunas tiendas de marcas específicas se abastecen directamente de sus propias fábricas en el extranjero, se estima que el 90% de los compradores de artículos de calzado se valen de agentes y distribuidores. Existen algunos requisitos regulatorios específicos para el calzado, sin embargo la mayoría de los artículos están sujetos a aranceles relativamente altos. Esto crea oportunidades ventajosas en cuanto a costo para los exportadores de países con acuerdos bilaterales de libre comercio o países menos adelantados que son elegibles para el [acceso libre de impuestos a Canadá](#).



Fuente: IBIS World [Report 44821CA](#), abril 2015



HECHO EN ÁFRICA: EL EMPEÑO DE OLIBERTÉ POR PRODUCIR CALZADO DE FORMA SOSTENIBLE



Para la empresa de fabricación ética de calzado Oliberté, la creación de puestos de trabajo sostenibles no es sólo una buena práctica, sino buen negocio. Fundada por el empresario canadiense Tal Dehtiar, Oliberté ha venido fabricando su marca de calzado de estilo corriente en Etiopía desde 2009. En conversación con Oliberté pudimos averiguar lo que se necesita para dirigir exitosamente una empresa de fabricación ética de calzado en África. He aquí lo que pudimos conocer:

1. Utilice el conocimiento existente: “Etiopía cuenta con la mayor cantidad de ganado en África. El conocimiento y la pericia para fabricar calzado de calidad ya existían. Vinimos con una actitud de no hacer cambios por el mero hecho de hacer cambios, sino de proporcionar a las personas una vía de aplicar sus habilidades y la oportunidad de producir con respeto”.

2. Contrate gerentes locales: “Decidimos contratar gerentes para la empresa

localmente ya que deseamos que sea sostenible. Queremos crear puestos de trabajo no sólo para las personas que empleamos ahora, sino para sus hijos y los hijos de sus hijos. La manera de hacer un cambio duradero es trabajar con la comunidad y crear capacidades desde la base”.

3. Este preparado para afrontar retos y adaptarse: Al inicio, Oliberté enfrentó desafíos con la obtención de materiales de fábricas locales. “En ocasiones nos quedamos sin materiales o tuvimos que hacer pedidos adicionales fuera de Etiopía.” En lugar de abandonar el país, Tal decidió abrir su propia fábrica con el fin de tener un mayor control sobre la cadena de suministro.



4. Cuente su experiencia: “A veces es difícil dar a conocer todo lo bueno que uno está haciendo. Pero es importante correr la voz y comunicar a la gente que lo que estás haciendo funciona. Nuestros clientes han sido muy receptivos a los cambios positivos que estamos creando”.

5. Haga un producto de calidad: “La calidad del producto debe ser lo primero, y las palabras van después. Uno de nuestros principales desafíos fue convencer a la gente de que se pueden hacer excelentes zapatos de calidad en Etiopía. La manera en que vencimos fue siendo paciente, contratando trabajadores fenomenales y mejorando cada día”.



6. La certificación ayuda: Oliberté fue la primera empresa de calzado del mundo en obtener la certificación de Comercio Justo en 2012. “De hecho nos dimos a la tarea de buscar la certificación más difícil de obtener para demostrar que sí es posible hacerlo, de manera rentable. Esto es de gran valor para los derechos de nuestros empleados y sirve para garantizar que estamos actuando en interés de ellos”.

Haga clic aquí para obtener más información sobre [Oliberte](#)

© Fotos de Alice Lee

ACTIVIDADES DE TFO CANADA

PRESENTACIÓN SOBRE LOS ÉXITOS DE TFO CANADA EN FORO INTERNACIONAL DE WUSC Y CECI

22 DE ENERO DE 2016

La Gerente de Proyectos y Líder de Equipo, Servicios de Información Comercial, de TFO Canada, Clarcia Christie, participó en un panel sobre la “participación del sector privado en el desarrollo: de la responsabilidad social empresarial a la inversión” en el foro internacional de la WUSC y de CECI. El Director de Programas, Laurent Viot, y la Gerente de Proyectos para América Latina, República Dominicana y Cuba, Marysabel Gonzalez, también asistieron al foro. TFO Canada organizó un stand durante el evento.



Clarcia Christie presentando en el Foro Internacional de WUSC y CECI

PRESENTACIÓN EN EL GLOBAL ECONOMIC INSTITUTE AFRICA

2 DE FEBRERO DE 2016

El Director Ejecutivo de TFO Canada, Steve Tipman, participó en un panel durante un evento del Global

Economic Institute Africa bajo el tema “Emprendimiento, Innovación, Filantropía y Desarrollo Económico en África: Nuevas tendencias y posibilidades futuras”. El Sr. Tipman habló acerca de los programas internacionales de comercio de TFO Canada y de sus actividades en la región de África.



Steve Tipman comparte experiencias y programas de TFO Canadá en África

ACTIVIDADES DE TFO CANADA

SEMINARIOS EN HAITÍ SOBRE CÓMO EXPORTAR A CANADÁ 23 DE FEBRERO-3 DE MARZO DE 2016

La Gerente de Proyectos para África y el Caribe de TFO Canada, Amandine Gakima, visitó Haití para impartir seminarios sobre cómo hacer para exportar a Canadá en Puerto Príncipe y Cabo Haitiano. Igualmente realizó talleres sobre responsabilidad social empresarial (RSE), utilizando la Guía sobre RSE de TFO Canada y ofrecer información práctica sobre cómo los exportadores haitianos pueden incorporar la RSE en sus negocios. Las sesiones fueron organizadas con el apoyo del Servicio de Delegados Comerciales de la Embajada de Canadá en Haití



Amandine Gakima presenta en el seminario sobre el mercado canadiense

PROGRAMA DE COLABORACIÓN ENTRE TFO CANADA Y TIM HORTONS COFFEE REUNIÓN DEL COMITÉ TÉCNICO 22 AL 24 DE FEBRERO DE 2016, EN GUATEMALA

Lidia Karamaoun, Gerente Principal de Proyectos de TFO Canada, presidió la segunda reunión del Comité Técnico del Programa de Colaboración sobre Café en la ciudad de Guatemala el 20 de febrero. Durante su visita, Lidia también realizó visitas de campo en San Antonio La Paz, Departamento El Progreso (con Technoserve); y San Martín, Departamento Chimaltenango (con representantes de HRNS). Asimismo, tuvo la oportunidad de presenciar una sesión de capacitación práctica sobre buenas prácticas agronómicas y administración de granjas en estas regiones, así como de charlar con los agricultores participantes y el personal técnico. El entrenamiento ofrecido en El Progreso estuvo dirigido a mujeres campesinas.

COMITÉ TÉCNICO, 6 AL 7 DE MARZO DE 2016, EN GUATEMALA

El Director Ejecutivo de TFO Canada, Steve Tipman visitó Guatemala en ocasión de la reunión del Comité Técnico del Programa de Colaboración sobre Café celebrada en San Antonio La Paz, El Progreso. En conmemoración del cuadragésimo aniversario de las relaciones diplomáticas entre Canadá y Guatemala, Steve realizó una presentación sobre las actividades de TFO Canada en el país junto a funcionarios de la Embajada de Canadá y socios locales de Technoserve y de HRNS. Steve tuvo la oportunidad de visitar varios beneficiarios del programa y asistió a una sesión de capacitación práctica sobre buenas prácticas agronómicas dirigida a agricultores locales.



Lidia Karamaoun participa en la capacitación de poda de plantas de café

SEMINARIO CON REPRESENTANTES COMERCIALES SOBRE OPCIONES JUSTAS Y ÉTICAS DE COMPRA 10 DE MARZO DE 2016, EN TORONTO

La Representante Regional de TFO Canada en Ontario, Alma Farías, organizó un Seminario sobre "Opciones justas y éticas de compra". El evento contó con un panel de expertos en la materia y ofreció ideas para la comercialización de productos de comercio justo. Más de 20 representantes comerciales de países en desarrollo con sede en Toronto asistieron.



Steve Tipman presenta en el Seminario con representantes comerciales

PRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DE QUEBEC 24 DE FEBRERO DE 2016

El Representante Regional de TFO Canada para Quebec, Marc Germain, organizó una sesión informativa con representantes comerciales con sede en Montreal. El representante de la Asociación de Propietarios de Restaurantes de Quebec, Ghislain Meillassoux, hizo una presentación sobre la asociación y habló sobre la feria comercial que se realizará para sus miembros junto a la feria SIAL en abril, donde participarán empresas de servicios alimentarios. Al encuentro asistieron representantes de México, Haití, Chile, Ecuador y Argentina.

ENTRENAMIENTO CON REPRESENTANTES COMERCIALES EN OTTAWA 22 Y 23 DE MARZO DE 2016

TFO Canada reunió a representantes de 25 países en su entrenamiento anual con representantes comerciales en Ottawa. El evento contó con presentaciones de delegados de la Oficina de Propiedad Intelectual del Canadá (CIPO, por sus siglas en inglés) quienes hablaron de las regulaciones y procedimientos en Canadá para el registro de derechos de propiedad intelectual. Asimismo, las gerentes de proyectos de TFO Canada, Clarecia Christie y Amandine Gakima, ofrecieron una presentación sobre cómo "buscar información comercial para satisfacer las necesidades de los exportadores" y ofrecieron herramientas prácticas extraídas de www.tfocanada.ca para ayudar a los exportadores a acceder a los mercados canadienses e internacionales.



Entrenamiento de Representantes de Comercio en Ottawa el 22 de marzo

APROVECHANDO LA RICA TRADICIÓN TEJEDORA EN SUAZILANDIA

Entrelazando tradición con innovación, la empresa Gone Rural promueve un nuevo modelo de empresa social para empoderar a las mujeres en comunidades rurales. La compañía apoya a unas 750 mujeres artesanas en Suazilandia que producen colecciones de primer orden de canastas y artículos de mesa tejidos a mano con hierba Lutindzi de origen local y otras fibras naturales. Los resultados son impresionantes. Los artículos hechos a mano de Gone Rural se exhiben en salas de exposición de diseño en todo el mundo, incluso en Canadá a través de [Ten Thousand Villages](#) y [Far and Wide Collective](#). Cuando Gone Rural comenzó su trabajo en la década de 1960, las mujeres de Suazilandia se consideraban menores de edad bajo la ley. Con un fuerte compromiso con las mujeres y el crecimiento orgánico, la empresa se apoya en la creatividad para fundar cambios en las comunidades rurales.

TFO Canada conoció de Gone Rural por primera vez a través de nuestra asociada Kathleen Holland durante una feria comercial en Johannesburgo, Sudáfrica. Después de ver la calidad de los productos de Gone Rural, la empresa fue seleccionada para participar en el programa de diseño Design Africa de TFO Canada. En el marco del Programa, Gone Rural pudo trabajar con expertos en comercio y diseñadores de toda África y recibió apoyo empresarial y pudo darse a conocer en mercados internacionales. “Los materiales de marketing que produjeron estaban muy adelantados a su tiempo e hicieron justicia a nuestro trabajo. Realmente renovaron nuestra marca”, expresó Julie Nixon, Directora



Sibongile Zwane comenzó a tejer con Gone Rural hace siete años, aprendiendo nuevas técnicas y diseños para expandir sus habilidades

General de Gone Rural. Design Africa también patrocinó a Gone Rural para asistir a una serie de ferias comerciales internacionales, incluyendo la feria Ingarda en Sudáfrica y la feria de diseño SIDIM en Canadá. Este despliegue ayudó a aumentar las ventas y la presencia de la compañía en los mercados internacionales.

La clave del modelo de Gone Rural es la flexibilidad. Con el objetivo de llevar al mercado los artículos de artesanía, Gone Rural parte de las habilidades artesanales tradicionales con que cuentan las mujeres y les enseña nuevas técnicas y diseños contemporáneos. La labor de tejer le permite a las mujeres poder trabajar en sus casas en su propio horario, por lo que la estructura de sus vidas no cambia.

La filosofía de Gone Rural se basa en pagar a sus artesanas el doble del salario mínimo en Suazilandia: por cada artículo vendido, entre el 40 y el 48% del precio al por mayor regresa como salario a la mujer que lo hizo. Estos ingresos ayudan a elevar la condición de las mujeres y el control sobre los recursos en sus hogares. “El 90% de nuestras mujeres indican ser las principales responsables de las decisiones en su casa económicamente, frente a un 38% a nivel nacional,” precisó Julie.

[Haga clic aquí](#) para conocer más acerca de Gone Rural.

TFO Canadá 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 experiencia 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 2016



Experts in trade for developing countries
Experts en commerce au service des pays en développement
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

130 Slater Street, Suite 1025 Ottawa, ON
Canada K1P 6E2
1.613.233.3925 (tel.)
1.613.233.7860 (fax.)
1.800.267.9674 (toll-free)
E-mail: newsletter@tfoCanada.ca