

EXPORTANDO A CANADÁ-NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

APROVECHANDO EL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

EN ÉSTE NÚMERO

1. La promesa del Comercio Electrónico
2. Marco reglamentario para el Comercio Electrónico
3. ¿Qué es el comercio electrónico o comercio virtual?
4. La inclusión como vía para reducir la brecha de participación de los países en desarrollo en el comercio electrónico
5. Estudio de Mercado sobre frutas y verduras procesadas
6. Nueva asociación de TFO Canadá con Trade+Impact apoya a las mujeres en el comercio internacional
7. Empoderar a las mujeres empresarias mexicanas para acceder al mercado canadiense
8. Actividades de TFO Canadá
9. Historia de éxito "El rápido desarrollo y los mercados altamente dinámicos podrían beneficiarse de las cadenas de valor globales "



LA PROMESA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

En nuestro último boletín de noticias, dediqué algunas líneas a describir algunos de los temas que guiarán e informarán el plan estratégico de TFO Canadá para el futuro. Con las nuevas tecnologías jugando un papel tan importante en el comercio internacional, es lógico que nos enfoquemos más profundamente en el mundo del comercio electrónico o digital, conocido como e-commerce en inglés.

TFO Canadá considera que el comercio electrónico está transformando el panorama global de los negocios y del comercio a un ritmo sin precedentes, abriendo el mercado internacional a las pequeñas y medianas empresas (¡y también a las microempresas!). En su publicación de septiembre de 2017, titulada [New Pathways to e-Commerce](#) (traducción: Nuevos caminos hacia el comercio electrónico), el Centro de Comercio Internacional (ITC), afirma que “el comercio electrónico transfronterizo representa ya el 12% de los bienes comerciados a nivel mundial, y se espera que crezca al doble del ritmo del comercio electrónico a escala nacional. Sin embargo, persisten desafíos significativos para las MIPYME, en particular de los países en desarrollo, para aprovechar el potencial del comercio electrónico”.

El informe de ITC también indica que en promedio, las empresas de los países desarrollados exportan el doble de lo que exportan los países en desarrollo y tres veces más de lo que exportan los países en África. Existe un gran interés entre las empresas de los países en desarrollo hacia el comercio electrónico: en promedio, más de la mitad de los encuestados que no realizan aun comercio electrónico transfronterizo han pensado hacerlo, y esta proporción es más alta en los países en desarrollo (65%) y África (68%). Es importante destacar que a pesar de que hemos visto un enorme crecimiento de las plataformas móviles y las soluciones de pago sin efectivo en otras partes del mundo, la mayoría de los pequeños comerciantes en los países menos desarrollados aún no se benefician de estas nuevas tecnologías.

A medida que las tendencias comerciales globales continúan migrando del comercio fuera de línea al comercio en línea, TFO Canadá continuará siendo su socio y facilitador comercial, mediante la adaptación de nuestros programas y servicios reflejando los cambios tecnológicos en el mercado. Queremos que las PYMES de las economías en desarrollo aprovechen estas nuevas formas de hacer negocios, y puedan así expandirse a mercados extranjeros.

Steve Tipman
 Director Ejecutivo, TFO Canada



Marco reglamentario para el Comercio Electrónico

En los últimos años, han habido reportes de piratas informáticos (hackers en inglés) que han logrado entrar a las bases de datos de grandes tiendas minoristas y les han extraído información como por ejemplo los datos de las tarjetas de crédito de sus clientes. La semana pasada se dio a conocer de cómo una empresa realizó una extracción de datos (datamining en inglés) de Facebook y obtuvo los perfiles de 50 millones de clientes, los cuales se usaron para elaborar mensajes de campaña política. Estos incidentes pueden hacer que uno reflexione si los negocios en línea son el camino a seguir, pero existen agencias y regulaciones para contrarrestar este tipo de acciones y más.

A nivel multilateral existe la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), cuya función consiste en modernizar y armonizar las reglas del comercio internacional. A fin de posibilitar y facilitar el comercio electrónico, la CNUDMI elaboró un conjunto de normas internacionalmente recogidas en la [Ley Modelo de la CNUDMI sobre Comercio Electrónico](#) (adoptada en 1996) para los legisladores nacionales. La ley modelo tiene como objetivo eliminar los obstáculos legales y aumentar la previsibilidad legal para el comercio electrónico. Legislaciones basadas o inspiradas en la Ley Modelo han sido adoptadas en 71 países, muchos de los cuales son países en desarrollo; países como Haití, Kenia, la Organización de los Estados del Caribe Oriental (OECS), Sri Lanka, Jordania y Ecuador, por nombrar algunos. http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model_status.html

En Canadá, el gobierno ha creado una guía con los requisitos de seguridad y privacidad del comercio electrónico para las empresas canadienses. Esta guía brinda a las empresas información sobre cómo proteger a sus clientes, así como los requisitos legales para los negocios en línea, y hace referencia a regulaciones tales como la Ley contra correo basura (Canada Anti-Spam Law - CASL) y la Ley de protección de la información personal y los documentos electrónicos (PIPEDA en inglés). Para obtener más información, consulte la guía aquí: <https://canadabusiness.ca/managing-your-business/e-business-security-privacy-and-legal-requirements/>



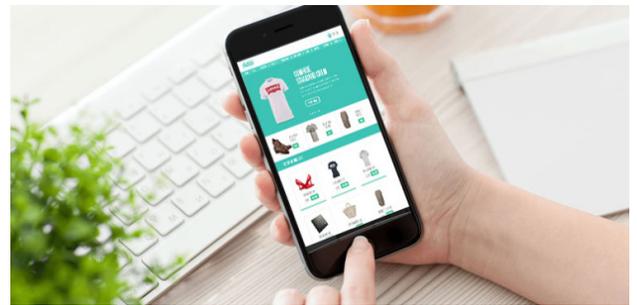
El dato comercial de Tipman: Si bien la tecnología está cambiando la forma en que hacemos negocios, es importante no olvidarnos de que nada reemplaza por completo el aspecto humano del comercio internacional. Es por eso por lo que recomendamos que tome en serio sus compromisos globales y visite personalmente a sus clientes y posibles clientes, en el extranjero.

¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO O COMERCIO VIRTUAL?



Cuando se habla del comercio electrónico, nos vienen a la mente compañías de renombre que operan en este ecosistema de negocios, tales como: Alibaba, Amazon, eBay, Shopify, MercadoLibre, Facebook, PayPal y [Paynow](#) (Zimbabue) (plataforma de pagos electrónicos). Sin embargo, el comercio electrónico consiste sencillamente en la compra y venta de bienes y servicios en línea. En esencia, se trata de un mercado en línea que opera a través de redes informáticas y móviles. El comercio electrónico se divide en varias categorías:

1. **Comercio móvil** (m-commerce, en inglés): las transacciones se realizan utilizando un teléfono móvil, por ejemplo, para comprar música con su móvil (y redes) de la tienda iTunes de Apple
2. **Comercio digital**: las transacciones se realizan de manera completamente digital por Internet; por ejemplo, la compra de programas (software) en el sitio web de Microsoft que le llegan a su cuenta de correo u ordenador



3. **Comercio social** (s-commerce, en inglés): las operaciones se efectúan por medio de las redes sociales o plataformas de contacto como Marketplace de Facebook.

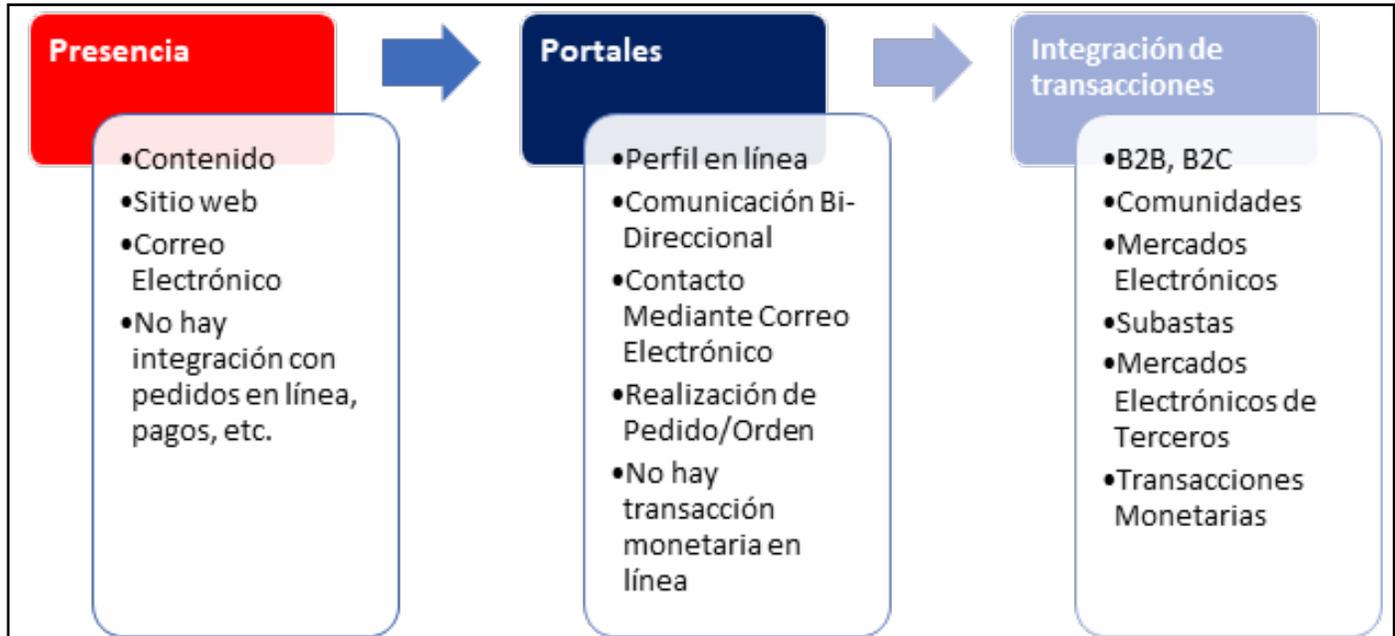
Las **transacciones de negocio** mediante comercio electrónico se expresan de diferentes maneras:

- De negocio a negocio (business-to-business / B2B) – transacciones entre empresas.
- De negocio a consumidor (B2C) – transacciones entre una empresa y un individuo.
- De negocio a gobierno – transacciones entre una empresa y un gobierno, generalmente en la modalidad de “gobierno electrónico” que emplean los gobiernos en operaciones de adquisición mediante Internet (*e-government*, en inglés); por ejemplo el *Government of Jamaica Electronic Procurement* ([GOJEP](#)) que emplea el Gobierno de Jamaica.
- De consumidor a gobierno – transacciones entre un individuo y un gobierno; un ejemplo es el *Kenya Revenue Authority M-Service*, un servicio del Gobierno de Kenia para los contribuyentes.
- De consumidor a consumidor – transacciones entre individuos, generalmente por medio de una plataforma de comercio electrónico como la de [eBay's](#)
- Coop2Coop: una plataforma de comercio electrónico nueva que opera entre organizaciones cooperativas que son asociaciones autónomas de personas unidas voluntariamente para cumplir sus objetivos comunes.

Continúa en la próxima página

¿QUÉ ES EL COMERCIO ELECTRÓNICO O COMERCIO VIRTUAL?

Ejemplo de las etapas de evolución del comercio electrónico en una organización:



Fuente: Eurasian Business Review "E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia" Abril 2017, vol 7, número 1, pp 25-41

El movimiento electrónico de bienes y servicios se ha hecho eficiente utilizando tecnología y procesos como el análisis de macrodatos (big data)¹ y la tecnología de cadena de bloques (blockchain)². Algunas de estas tecnologías y procesos incluyen el uso de algoritmos, realidad aumentada, inteligencia artificial, aprendizaje automático, por nombrar algunos que ayudan a impulsar las eficiencias del comercio electrónico y a focalizar las preferencias del consumidor.

¹ Big data o macrodatos se refiere al empleo de análisis predictivo, análisis del comportamiento de los usuarios u otro método de análisis avanzado que extraen valor de grandes volúmenes de datos si ceñirse a un tamaño específico de macrodatos

² Blockchain o cadena de bloques es un registro distribuido. En este registro, todas las transacciones que se hayan operado en tal cadena de bloques son registradas y almacenadas en un bloque de datos. Una vez que una transacción haya sido almacenada en el registro, no podrá nunca ser borrada por lo que con cada transacción la cadena de bloques se hace más larga.

¡Bienvenida a TFO Canada!



Susan Baka, Representante Regional, Ontario

Tel: (416) 907-7495; Email: Susan.baka@tfocanada.ca

Susan Baka es la representante de TFO Canada en la provincia de Ontario con sede en el área metropolitana de Toronto (en inglés, GTA). Susan es especialista en comercio internacional y su función consiste en establecer y mantener relaciones con importadores canadienses locales y representantes comerciales, de los países clientes de TFO Canadá, con el fin de promover los vínculos de mercado entre los exportadores de países en desarrollo y el mercado canadiense. Susan es la presidenta de Bay Communications and Marketing Inc. y ha dirigido el lanzamiento de múltiples publicaciones sobre negocios, servicios y sitios web sobre temas de comercio, las mujeres en los negocios, diversidad, el derecho, recursos humanos, salud y seguridad en

el trabajo, turismo, y política pública. Ella es una líder activa en organizaciones e iniciativas comerciales a nivel local, nacional e internacional. Susan fue una de las fundadoras de la primera sección canadiense de la Organización de Mujeres en el Comercio Internacional (OWIT, por sus siglas en inglés) en Toronto (www.owit-toronto.ca), y ocupa el cargo de Vicepresidenta de la Junta Internacional de la OWIT (www.owit.org).

LA INCLUSIÓN COMO VÍA PARA REDUCIR LA BRECHA DE PARTICIPACIÓN DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

El crecimiento sostenible del comercio electrónico en el desarrollo para el comercio sigue siendo una aspiración máxima para las pequeñas y medianas empresas (PYME) en los países en desarrollo. A pesar del crecimiento de las plataformas móviles y las soluciones de pago sin efectivo en otras partes del mundo, la mayoría de los pequeños comerciantes de países menos adelantados aún no han podido sacarle provecho. A pesar de que muchos países en desarrollo lograron evitar los desafíos de la infraestructura anterior que enfrentaron los países del mundo desarrollado invirtiendo en tecnologías de avanzada a principios de este siglo, las poblaciones en mayor riesgo de esos países (los que viven en la pobreza y no pueden participar adecuadamente en la economía y procurarse un sustento) no tienen la posibilidad ni acceso a soluciones de comercio electrónico a la velocidad que se hubiera esperado hace diez o quince años atrás.

Aun cuando algunos países en desarrollo están emergiendo como nuevas fuentes de subcontratación de servicios digitales, la conectividad de PYMES mayoristas y minoristas sigue muy rezagada. Según el Informe sobre el desarrollo mundial 2016: Dividendos digitales del Banco Mundial, de las PYMES de países de bajos ingresos, solo el 9% de las pequeñas y el 16% de las medianas, vende bienes o servicios en línea, a pesar de que más del doble de esos números tienen acceso a conectividad de banda ancha. De las empresas que emplean tecnologías basadas en Internet para vender o mejorar la productividad, la mayoría tiende a estar en industrias centradas en la tecnología. La puesta en práctica de programas diseñados para aumentar la participación en el comercio electrónico con una visión inclusiva, no solo de género y de estatus económico, sino también de otras industrias más allá de las de las TIC, podría ayudar a cerrar la brecha de esta disparidad.

“El comercio electrónico es como la alfabetización... Los que más lo necesitan no entienden aún su valor.”

- Mukhisa Kituyi, Secretario General - UNCTAD

Ese es el objetivo central de la iniciativa [eTrade for All](#) (comercio electrónico para todos) dirigida por la UNCTAD. En su raíz, la iniciativa busca elevar las capacidades de los pequeños comerciantes y de las instituciones de apoyo al comercio por igual, en la ejecución del comercio electrónico y mercadeo digital. La iniciativa también reconoce que las mujeres son las más propensas a beneficiarse del nuevo canal de ventas que representa la participación en el comercio electrónico, ya que su enfoque de negocios es diferente al de los hombres. Desde el punto de vista de políticas e infraestructura, eTrade for All enfrenta la fragmentación que ha caracterizado a esfuerzos anteriores para aprovechar el comercio electrónico global y promueve una plataforma para compartir información y mejores prácticas con miras a un enfoque más integral del desarrollo de políticas y programas de comercio electrónico.

En estrecha colaboración con el proyecto [Business for E-Trade Development](#), liderado por el sector privado, el objetivo es la creación de un modelo de colaboración para el comercio electrónico diseñado para generar un rendimiento de la inversión que se mida no solo en ganancias financieras sino también en beneficios sociales. Está concebido como un ecosistema de comercio electrónico para los países en desarrollo que depende de que cada participante tenga un interés medible en el éxito de todos los demás participantes en una relación simbiótica: desde el comerciante que logra mayores ventas hasta las plataformas de ventas y pagos que logran nuevos clientes de mercados previamente inactivos, en que los gobiernos y agencias donantes desempeñan un papel coordinador en apoyar soluciones denominadas del “último tramo” para elevar las exportaciones y un efecto positivo medible del comercio electrónico.

Para más información, visite la plataforma eTrade for All information platform en <https://etradeforall.org/>.

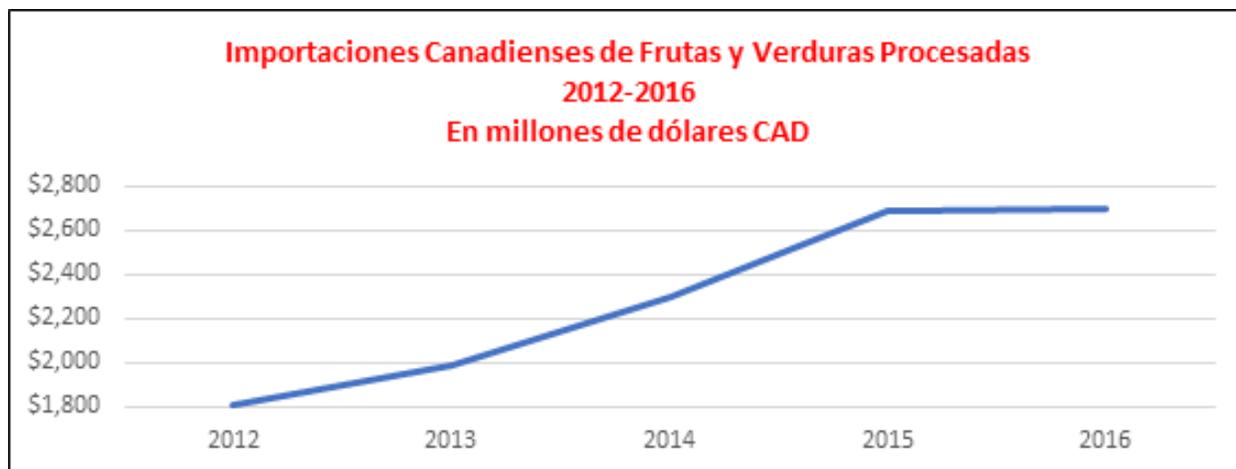


ESTUDIO DE MERCADO SOBRE FRUTAS Y VERDURAS PROCESADAS

El mercado de alimentos procesados comprende frutas y verduras en conserva, frutas y verduras congeladas y frutas y verduras para posterior procesamiento. La empresa IBIS World dio a conocer que, para el período 2012-2017¹, el mercado canadiense de frutas y verduras congeladas tuvo una tasa de crecimiento anual de 4,6% y un valor de \$ 4,5 mil millones, mientras que el mercado de frutas y verduras enlatadas es de \$ 3,000 millones de dólares y experimentó una tasa de crecimiento anual negativa de -3,8% en el periodo 2012-2017².



Las principales compañías en el sector de alimentos congelados son McCain Foods Limited, con 28,8% de participación de mercado y Nestle Canada Inc. con 8,8% de participación de mercado, mientras que las principales compañías en el sector de alimentos enlatados son Campbell Company Canada con 24,7% de participación de mercado y Kraft Heinz Company con una participación de mercado de 12,9%. La participación de mercado restante del 62,4% está en manos de otras compañías como Loblaws Companies Ltd (con una cuota del 3,8%) y Conagra Brands Inc (con una cuota del 2,7%).



Durante el período cubierto por el informe, el mercado de frutas y verduras procesadas experimentó un crecimiento lento y constante que se estabilizó en 2015 y 2016. Este descenso podría deberse a una mayor preocupación de los canadienses por la alta incidencia de obesidad, diabetes, enfermedades cardíacas y otras complicaciones de salud provocadas por malos hábitos alimenticios. En su giro hacia un estilo de vida más saludable, los canadienses han comenzado a reducir el consumo de alimentos procesados y a optar por productos frescos y comidas preparadas.

Se ha producido un cambio de los alimentos enlatados a congelados debido a las preocupaciones de los consumidores canadienses con el BPA que recubre el interior de las latas, el exceso de sal y / o azúcar en los productos enlatados. Otros cambios que ha experimentado esta industria son los cambios en el empaquetado, el aumento del comercio electrónico en el sector minorista y una mayor demanda de los consumidores de alimentos más exóticos / étnicos.



¹ IBISWorld Reporte de la Industria "Frozen Food Production in Canada", Mayo 2017

² IBISWorld Reporte de la Industria "Canned Fruit & Vegetable Processing in Canada", Junio 2017

NUEVA ASOCIACIÓN DE TFO CANADA CON TRADE+IMPACT APOYA A LAS MUJERES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

TFO Canada firmó un contrato de colaboración con la asociación Trade plus Impact Association (T + I) en febrero de 2018 para avanzar en nuestros objetivos comunes y mejorar nuestros servicios mediante una mayor cooperación. Este es un paso en la



dirección correcta ya que TFO Canada se centrará más profundamente en la región del África Subsahariana en el futuro. Trade+Impact es una asociación comercial canadiense sin fines de lucro que busca eliminar las barreras al comercio y a la inversión de empresas sociales dirigidas por mujeres en África y Medio Oriente. Haga clic en el enlace (www.tradeplusimpact.org) para conocer de sus servicios, como su Cumbre anual y la feria comercial que celebra en la región. En esta ocasión, el Director Ejecutivo, Steve Tipman, expresó que “las economías de los países en desarrollo continúan experimentando un alto crecimiento, aunque aún persiste un elevado número de pobres en los países menos adelantados (PMA) y en el África subsahariana, donde habita más del 50% de los pobres del mundo, especialmente mujeres y niñas. La asociación que hemos establecido con Trade+Impact demuestra el la intención de TFO Canada en enfrentar la situación y ayudar a las PYMEs lideradas por mujeres a mejorar sus medios de sustento en sus comunidades a través del comercio internacional.

Empoderar a las mujeres empresarias mexicanas para acceder al mercado canadiense

TFO Canada tiene una larga relación con la Organización de Mujeres para el Comercio Internacional (OWIT por sus siglas en Inglés). Ambas organizaciones han ejecutado numerosas actividades conjuntas, y en especial con los Capítulos Internacional y Canadiense en Ottawa y Toronto respectivamente. Las actividades incluyen ruedas de negocios sobre la igualdad de género, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, así como facilitar la participación de los capítulos miembros de países en desarrollo en la reunión en Canada. Cuando oportunidad aparece, como parte de alguna actividad con un capítulo respondemos de manera afirmativa, como es el caso del Capítulo en Monterrey.



Como resultado la Asociada de TFO Canada, Alma Farias, realizó una presentación sobre el mercado canadiense y los servicios de TFO Canada ante 20 miembros del capítulo en Monterrey de la OWIT (Organización de Mujeres en Comercio Internacional) y exportadores mexicanos el 21 de febrero. El seminario contó con el apoyo del Consulado de Canadá en Monterrey y ProMéxico. Los productores mexicanos de alimentos pudieron conocer acerca de las oportunidades que ofrece el mercado canadiense y muchos de ellos ya están planeando viajar a Canadá para asistir a próximas ferias comerciales.

ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

TFO Seminario sobre comercio inclusivo en la era digital

Ottawa, Ontario,

11 de enero del 2018



TFO Canada celebró su seminario anual con representantes comerciales en la sede del Ministerio de Asuntos Globales de Canadá. El tema este año fue “Comercio inclusivo en la era digital”, que se centró en cómo las agencias de desarrollo utilizan diferentes herramientas y tecnologías digitales para fomentar el comercio y el desarrollo y beneficiar a los más vulnerables en países en desarrollo. Este año, el evento contó con la asistencia de 37 participantes entre los que se encontraban altos comisionados, representantes comerciales, burócratas canadienses y miembros del equipo de TFO Canada.

Seminario con representantes comerciales

Toronto, Ontario

23 enero del 2018

La Representante Regional de TFO Canada, Alma Farias, acogió a 19 representantes comerciales de países en desarrollo con oficinas en Toronto en un seminario sobre el “Mercado minorista canadiense de la moda y de artículos para el hogar”. Los participantes tuvieron la ocasión de escuchar a expositores expertos

quienes hablaron sobre las fuentes de suministro empleadas y tendencias en Canadá, prácticas de selección de proveedores, éticas y asuntos sobre logísticas y aduanas. Los países representados en el seminario fueron Ecuador, Vietnam, Sri Lanka, Chile, Colombia, Perú, México, Filipinas, Pakistán, Ghana, India y Costa Rica.



Taller sobre “Oportunidades del mercado canadiense en el sector de alimentos procesados bajo el tratado de libre comercio entre Canadá y Jordania” y sesiones para determinar el “Nivel de preparación para exportar” de empresas

Amman, Jordania,

28 de enero al 1 de febrero del 2018

TFO Canada llevó a cabo sesiones de capacitación durante una semana en Amman, Jordania. El Asociado de TFO Canada, Marc Germain, condujo un taller de familiarización en Amman, Jordania, los días 29 y 30 de enero de 2018. Al taller asistieron representantes de 34 pequeñas y medianas empresas jordanas y 10 representantes de instituciones de apoyo al comercio. Más del 50% de los asistentes fueron mujeres. Los participantes pudieron conocer sobre los beneficios del Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Jordania en el sector de alimentos procesados,

acerca de las regulaciones y normas que rigen los alimentos en Canadá, de cuestiones prácticas de cómo hacer negocios en Canadá, de herramientas para preparar un plan de exportación, y otros temas. En el transcurso de la semana se realizaron sesiones individuales con empresas para evaluar su nivel de preparación para exportar al mercado canadiense, y se seleccionaron 10 PYME para asistir a la feria comercial SIAL Montreal 2018, en Canadá, del 2 al 4 de mayo.



Misión de compradores de café a Haití

Región de Baptiste, Haití

19-23 de febrero del 2018

Como parte del Proyecto de revitalización del sector cafetalero en Haití, la organización TechnoServe organizó una misión comercial de café de especialidad a Haití durante la semana del 19 de febrero de 2018 con tres tostadores canadienses y un importador. El objetivo de esta misión comercial fue reafirmar el interés por café de especialidad haitiano en Canadá y brindarles a los importadores y tostadores canadienses la oportunidad de conocer más sobre el sector cafetalero de Haití a través de visitas de campo y sesiones de degustación. La delegación canadiense visitó la

ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

cooperativa UCOCAB, ubicada en la región de Baptiste (departamento del Centre) y participó en dos sesiones de degustación en Thiotte. Igualmente participaron en una mesa redonda donde se reunieron con varios representantes de los diferentes sectores de la cadena de valor, incluidos agricultores, cooperativas y exportadores. Durante el encuentro se dio a conocer los resultados preliminares y las recomendaciones de un análisis estratégico de la industria y la cadena de valor del sector cafetalero haitiano.



Semana de la Cultura, Negocios y Turismo de República Dominicana

Ottawa, Ontario

27 de febrero - 1 de marzo del 2018

La Gerente de Proyectos de TFO Canada, Marysabel González y Wendy Goico, Consejera de la Embajada de la República Dominicana en Canadá, hicieron una presentación sobre cómo exportar a Canadá ante una delegación de 46 representantes de los sectores público y privado que visitaron Ottawa para la celebrar el Día de la Independencia de la República Dominicana. Exportadores de los sectores Agroalimentario y joyería, así como representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores, la Dirección de Zona Franca y del Ministerio de Comercio tuvieron la oportunidad de conocer acerca del

mercado canadiense y los servicios en línea de TFO Canada. La Sra. González también se reunió con productores agrícolas y mujeres artesanas para responder a sus preguntas e inquietudes sobre el mercado canadiense.



Oportunidad de contacto entre representantes comerciales en Montreal e importadores canadienses

Montreal, Quebec

22 de febrero del 2018



El Representante Regional en Quebec de TFO Canada, Marc Germain, organizó una visita de representantes comerciales de Ecuador, Egipto, Argentina, Chile, Honduras y México a SADA Importers, una empresa importadora de alimentos especializada en el mercado de alimentos étnicos y distribución a tiendas de alimentos independientes y a pequeñas cadenas en Quebec y Ottawa. Los representantes tuvieron la oportunidad de conocer acerca

de la compañía y hacer preguntas sobre el mercado de importación de los productos que sus respectivos países promueven en el mercado canadiense.

Encuentro con participante del proyecto Design Africa en Montreal

Montreal, Quebec

7 de marzo del 2018



Marc Germain, nuestro representante regional en Quebec, recibió a Khosi Mohonta de la Asociación de Comercio Justo de Suazilandia (SWIFT) y a Melissa Mazingi de Gone Rural, una de las miembros de la asociación y les ofreció información sobre el trabajo de TFO Canada y sobre compradores y ferias comerciales canadienses. Ambas mujeres se encontraban en Montreal como parte de una misión canadiense que comenzó con su participación en la VI Conferencia Nacional Canadiense de Comercio Justo que se celebró en Vancouver. Gone Rural ha alcanzado éxitos en el mercado canadiense a través de un proyecto de TFO Canada denominado "Design Africa". Conozca más sobre cómo este programa ayudó a elevar las capacidades de las mujeres que trabajan con Gone Rural en este [enlace](#).

HISTORIA DE ÉXITO “EL RÁPIDO DESARROLLO Y LOS MERCADOS ALTAMENTE DINÁMICOS PODRIAN BENEFICIARSE DE LAS CADENAS DE VALOR GLOBALES”

Muchas empresas nuevas canadienses del sector de tecnología han vivido la vertiginosa carrera de sol a sol para sacar con éxito un nuevo producto o servicio. [AceAge](#), una empresa innovadora de tecnología de la salud con sede en Waterloo, Ontario, es una de tales empresas. Esta empresa está punto de lanzar un nuevo dispositivo dispensador de medicamentos llamado [Karie](#). Luego de lograr atraer fondos de inversión para llevar la tecnología a producción, la empresa ahora tiene planes de lanzar el producto a principios de 2018. Algunos de los desafíos que enfrenta es poder contar con ingenieros de software y un control de calidad sólido para cumplir con la ambiciosa fecha que se han propuesto. Con muy escaso tiempo para entrenar a nuevos empleados y ante la necesidad de hacer que cada dólar sea manejado eficientemente, [PROCOMER](#), la agencia de promoción comercial de Costa Rica, ayudó a AceAge a establecer contacto con un socio desarrollador de productos a través del programa de ayuda para acceso al mercado Gateway to Costa Rica para ayudarlo a cumplir con la meta.



Sam Campbell, agente principal de tecnología de AceAge, admite que la ampliación oportuna de personal calificado ha sido una experiencia de aprendizaje. “La contratación de personal es un proceso que requiere mucho tiempo, pero apresurarse y terminar con una mala contratación tampoco sería bueno”. Al darse cuenta de que buscar contratar localmente podría no ofrecer una solución completa, la empresa estaba dispuesta a buscar en otros lugares.

Entretanto, el programa de acceso al comercio Gateway, desarrollado en colaboración con la Oficina Canadiense de Promoción Comercial ([TFO Canada](#)), venía trabajando con el equipo [www.innovationguelph.ca](#) para conectarse con la industria local. La posibilidad de poder trabajar con un desarrollador costarricense fue muy oportuna para AceAge.

La reducción de costos es solo uno de los criterios de decisión. Una consideración importante es tener una cercanía que permita crear confianza en la relación contractual. “Para una empresa de tecnología de la salud como la nuestra, es esencial que todos los softwares que creemos sean creados siguiendo las mejores prácticas de ingeniería, sobre todo en lo que respecta a seguridad y confiabilidad”, agrega Campbell.

Gateway to Costa Rica e Innovation Guelph ayudaron a conectar a la empresa con desarrolladores de software costarricenses que se interesaban en Canadá como un nuevo mercado de exportación de servicios, antes de decidir viajar a Costa Rica. “Para mí lo más útil fue reunirme en persona y conocer cara a cara a los representantes de las empresas. Tuve la oportunidad de conversar con cada uno de ellos sobre cómo funcionaría nuestra relación y me pude hacer una idea clara de cómo podríamos lograr nuestro proyecto trabajando con ellos”.

“Hemos comenzado a trabajar con [empresa de ingeniería de software] y hasta ahora ha sido una buena experiencia. Ellos tienen un proceso sólido de control de la calidad que nos ha hecho más fácil confiar en sus habilidades de ingeniería. El trabajo con ellos ha sido excelente, y el equipo es excelente. Tengo la impresión de que será un éxito”.

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 2018