



# EXPORTANDO A CANADÁ-NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

## PREPÁRESE PARA EXPORTAR

### EN ÉSTE NÚMERO

1. ¿Está usted listo para exportar?
2. Ley Canadiense sobre etiquetado de artículos textiles
3. Estudio de mercado sobre vestimentas y textiles
4. Preparación para exportar hacia el mercado Canadiense
5. Actividades de TFO Canadá
6. Plan propicia acceso al mercado canadiense a los cosméticos de TAMA



130 Slater Street, Office 400  
Ottawa, ON, CANADA K1P 6E2  
T 1.613.233.3925  
F 1.613.233.7860  
E-mail: [newsletter@tfocanada.ca](mailto:newsletter@tfocanada.ca)

## ¿ESTÁ USTED LISTO PARA EXPORTAR?

Uno de los aspectos más interesantes de mi trabajo en TFO Canada es la participación en ferias comerciales. Esa es para mí la ocasión de ver si todo el trabajo de preparación previa es recompensado con reuniones de calidad con compradores. Si fuera a usar una analogía deportiva, una feria se puede comparar con el “momento del juego” y los preparativos previos serían las “prácticas”.

En mi opinión, la etapa de “prácticas” o preparación previa que las empresas realizan para prepararse para una feria comercial es casi tan importante (si no más) que el “momento del juego” propiamente. Sin dudas, en muchos casos el tiempo que las empresas dedican a la preparación para asistir a una feria les sirve para determinar cuán listos están y ayudarles a decidir en hacer o no la inversión para asistir. Todo esto también puede llevar a la pregunta clave: “¿Está usted listo para exportar?”

Para ayudarle a responder a esta pregunta, TFO Canada tiene mucho que ofrecer en cuanto a información, asesoramiento y educación. Estos recursos le pueden ayudar a tener éxito como exportador, especialmente en el competitivo mercado canadiense. Generalmente mi primera sugerencia es de [registrar su empresa](#) en nuestro sitio web. El segundo paso es utilizar el [breve cuestionario](#) que hemos preparado para determinar su nivel de preparación y el de su empresa para la exportación. Los pocos minutos que le tomará completar el cuestionario nos permitirá guiarle de inmediato a la información y publicaciones que le llevarán por el camino del éxito en la exportación.

Para lograr tener éxito en la exportación se requiere de tiempo, recursos y conocimiento para preparar sus productos o servicios y a sus empleados para un mercado extranjero. TFO Canada es su socio comercial que está ahí, para ayudarle a lograr sus objetivos de exportación.

**Steve Tipman**  
Director Ejecutivo  
TFO Canada

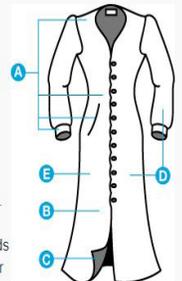


### Ley canadiense sobre etiquetado de artículos textiles (Textile Labelling Act)

¿Alguna vez ha mirado usted con detenimiento las etiquetas fijadas a su ropa o accesorios textiles? Muchas tienen gran cantidad de información, ¿no es cierto? Las etiquetas son importantes para ayudar a los consumidores a tomar una decisión de compra más informada. La etiqueta de las prendas, calzado y accesorios están regidas por la Ley canadiense sobre etiquetado de artículos textiles, la Ley sobre empaquetado y etiquetado de artículos de consumo (Consumer Packaging and Labelling Act) y las Regulaciones de etiquetado y publicidad de artículos textiles (Textile Labelling and Advertising Regulations), todas bajo la autoridad de la Oficina canadiense de Competencia (Canadian Competition Bureau). Veamos más de cerca la Ley canadiense sobre etiquetado de artículos textiles. Esta ley exige que los artículos textiles para consumidores contengan información precisa y útil para ayudar a los mismos a tomar decisiones de compra informadas. La Ley prohíbe hacer declaraciones falsas o engañosas y establece especificaciones sobre información obligatoria que deben contener las etiquetas, como el nombre genérico de cada fibra del tejido y el nombre completo y la dirección postal del distribuidor.

#### Velvet Dress (sections, findings, ornamentation, lining)

- A. findings: buttons, elastic inserted in wrist, interior shoulder pads, inside pocket
- B. ornamentation (metallic threads)
- C. finding: lining (not for warmth)
- D. sections (body, sleeves)
- E. pile fabric (velvet)



#### Example

The body and the sleeves of this dress are made of different fabrics (sectional disclosure). The body consists of a velvety material composed of an acetate pile on a rayon backing (pile fabric) with an overall pattern of metallic threads (ornamentation). The metallic threads make up less than 5% of the weight of the pile fabric. The sleeves are made of a polyester chiffon. The dress lining is made of rayon (lining, not for warmth). This article requires a permanent label.

Para más información sobre esta Ley (en inglés o francés), visite <http://www.laws.justice.gc.ca/eng/acts/T-10/index.html> o contacte la Oficina de Competencia. La Oficina tiene herramientas como la de evaluación de etiquetado de artículos textiles de consumo que usted puede acceder [aquí](#) (en inglés o francés).

**Tipman's Trade Tip:** Para las pequeñas y medianas empresas (PYME) que buscan comerciar internacionalmente,

no vacilen en pedir ayuda, ya que hay mucha disponible. Hablar con personas que ya están exportando puede ser muy eficaz para comprender los desafíos que enfrentan.

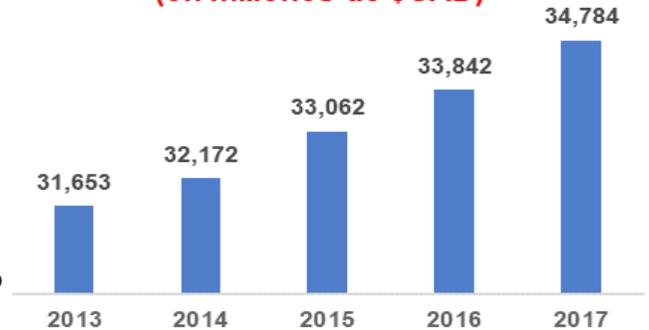


También puede ser muy valioso consultar con la organización de promoción del comercio de su país (a menudo llamada oficina de promoción de exportaciones u oficinas de apoyo) y conocer sobre sus programas. Y, por supuesto, no olvide a TFO Canada. Somos su socio comercial con una gran cantidad de información disponible en [www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca).

## ESTUDIO DE MERCADO SOBRE VESTIMENTAS Y TEXTILES

Según estimados, la industria de indumentaria en Canadá realizó ventas por un valor de más de \$34.8 mil millones en 2017, y el valor de las importaciones de la industria textil se estimó en más de \$2.6 mil millones. Ha habido un alza constante en la venta tanto de ropa masculina como femenina, pero el alza en ventas de ropa para hombres ha superado sorprendentemente las ventas de ropa de mujer. Los grandes compañías minoristas de indumentaria y calzado, como Marshalls, Winners, Mark's, Reitman y Le Chateau, representaron más de la mitad del total de las ventas minoristas, si bien los consumidores han cambiado drásticamente sus hábitos de compras de las tiendas a compras en línea. El canal de distribución de mayor crecimiento del comercio minorista de prendas de vestir es el comercio electrónico, el cual creció de un 6% en 2012 a más del 11% en 2017. Los consumidores hacen compras en línea a través de todas las plataformas disponibles (computadora portátil, tableta, teléfono inteligente) y un cuarto de ellos hizo compras con sus teléfonos inteligentes. Quienes hicieron compras de artículos en línea, gastaron como promedio \$90 en ropa y accesorios. La industria textil de Canadá se ha vuelto muy dependiente de las importaciones de textiles, lo que ha resultado en un creciente déficit comercial, que ascendió a \$4.3 mil millones en 2015.

**Cuadro 1: Gastos en vestimenta al detalle en Canadá (en millones de \$CAD)**



Los tres principales exportadores de prendas de vestir a Canadá en cuanto a valor de importación son China, Bangladesh y Vietnam. Estos tres países clientes de TFO Canada han ganado estratégicamente su participación en el mercado al ofrecer a los compradores pedidos en grandes cantidades a un precio y calidad razonables por medio de canales de distribución asequibles. Los minoristas en esta industria de ropas han mantenido altos márgenes brutos y márgenes de ganancia en comparación con el promedio total de la industria de comercio minorista. También es el caso de los distribuidores al por mayor de textiles, prendas de vestir y calzado quienes gozan de un margen de ganancia del 9% en comparación con el margen de ganancia promedio de 4,6% en el sector de comercio al por mayor total en Canadá.

A continuación ofrecemos algunas de las tendencias emergentes en el sector de la indumentaria canadiense:

- El sector de ropa y calzado sport (Athleisure) fue uno de los que más creció en 2017. Las marcas como Adidas, Lululemon Athletica, Nike y Under Armour se han establecido como líderes en este mercado al invertir en tecnología innovadora para mejorar la funcionalidad del producto.
- La industria viene desarrollando nuevas telas innovadoras que ofrecen una calidad superior al consumidor con menor impacto ambiental.
- La realidad aumentada está ayudando a los consumidores a hacer las compras en línea de manera más conveniente. Los probadores virtuales tiene un gran potencial de impulsar drásticamente las ventas mediante comercio electrónico de la industria de la vestimenta, ya que resolverán las inquietudes en cuanto a talla y ajuste.
- El éxito de las tiendas outlet como Winners, Saks OFF 5th y Nordstrom Rack desafían las tibias ventas de tiendas minoristas y departamentales convencionales al ofrecerles a los clientes artículos de marca a un gran descuento.

Uno de los resultados de las crecientes expectativas y demanda de los consumidores con respecto a la aplicación de criterios de responsabilidad social de parte de las corporaciones ha hecho que las empresas se orienten a fines concretos y sostenibles.

*Continúa en la página siguiente*

## ESTUDIO DE MERCADO SOBRE VESTIMENTAS Y TEXTILES

Los consumidores en Canadá exigen que las empresas sean transparentes y velen por los derechos de los trabajadores, y tengan una posición responsable y sostenible en todo el proceso de fabricación de prendas de vestir.

*Athleisure es una moda en la que la ropa diseñada para hacer ejercicios, entrenarse u otras actividades deportivas se usan en otros entornos, como en el trabajo, en la escuela o en otras ocasiones informales o sociales. Los atuendos de Athleisure incluyen pantalones de yoga, mallas, zapatillas deportivas, calzas (leggings) y pantalones cortos, que “lucen como atuendos deportivos” y se consideran “sudaderas de vestir y ropa de ejercicio”. El caso es que la ropa para gimnasio aparentemente está saliendo del gimnasio y ocupando un espacio más grande en los armarios de ropa de diario de las personas.*

## PREPARACIÓN PARA EXPORTAR HACIA EL MERCADO CANADIENSE

Usted es un exportador pequeño/mediano en su país y cuenta con un producto muy exitoso en el mercado local y le han alentado a vender su producto en el mercado internacional. Usted está súper entusiasmado con la idea y decide ir a una feria comercial en Canadá por su cuenta. Su asistencia fue un éxito y regresó a casa con pedidos concretos y otras ventas potenciales. Usted hace el envío del primer pedido a Canadá y se tropieza con que la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá no permite la entrega del envío al importador. ¿Qué sucedió? Pues el producto no cumple con las regulaciones canadienses de etiquetado.

Este es un ejemplo de un caso que ilustra que este exportador no está listo para exportar al mercado canadiense u otros mercados internacionales. También existen otras situaciones que pueden hacer que el acceso al mercado no tenga éxito, como que el producto no sea el adecuado para el mercado, el empaquetado no sea permitido en el país o se utilice un código del Sistema Armonizado incorrecto en la documentación de aduanas, por mencionar algunos.

Estar preparado para exportar consiste en el nivel de preparación de una empresa y su(s) producto(s) para ingresar a un mercado nuevo con el menor de contratiempos posible. Algunas cuestiones a tomar en cuenta a la hora de expandirse a un nuevo mercado son capacidad de producción, adaptabilidad del producto para el gusto y regulaciones del mercado, financiamiento para cubrir todos los costos de expansión, riesgo asociado con la expansión, protección de derechos de propiedad intelectual y recopilación de datos sobre el mercado internacional.

Antes de ingresar a un nuevo mercado, lo mejor es evaluar cuán preparado se está para la exportación y ver qué áreas de su negocio necesitan más preparación antes de exportar al exterior. Para comenzar puede utilizar dos herramientas que tenemos disponibles en el sitio web de TFO Canada: la primera la [evaluación de su preparación para exportar](#) y la otra es la herramienta de [búsqueda de aranceles aduaneros](#). En otras secciones de nuestro sitio web encontrará información adicional que le ayudará a preparar una estrategia de entrada al mercado de exportación. Estas secciones son:

1. [Prepárese para Exportar](#)
2. [Ingreso Al Mercado](#) (Para ver los usuarios registrados es necesario iniciar sesión en el sitio web)
3. [Presentaciones en línea](#) (grabadas)
4. [Exportando a Canadá](#)
5. [Estudios sobre el mercado canadiense](#) (por sectores)
6. [Enlaces con el mercado](#) (enlaces a recursos del gobierno canadiense y otras entidades)

Otro método para seguir su avance en la preparación para exportar es tener una lista de verificación de su preparación para la exportación y una estrategia de expansión de las exportaciones.

# ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

## Monitoreando el impacto de proyecto agro-alimentario en beneficiarios ecuatorianos

del 1 al 7 de Julio de 2018

Quito and Guayaquil, Ecuador



Mary Heather White, directora de Programas y Marysabel Gonzalez, gerente de proyecto para América Latina y el Caribe de TFO Canada, visitaron Ecuador para monitorear el avance del proyecto auspiciado bajo el Mecanismo de Respuesta de Socios Comerciales (TPRF, por sus siglas en inglés) que ejecuta PROECUADOR y administra la Cámara Ecuatoriano-Canadiense de Comercio en Guayaquil. Ambas oficiales, junto con los dos socios, tuvieron la oportunidad de reunirse con los beneficiarios del proyecto para conocer el impacto de las actividades del proyecto en sus negocios y de los resultados.

Se realizó un seminario en el que Marysabel y la directora de la Cámara realizaron una presentación conjunta sobre el mercado canadiense. Al seminario asistieron 28 participantes que tuvieron la oportunidad de conocer sobre el mercado canadiense y los servicios en línea de TFO Canada.

## Representantes comerciales en Montreal aprenden sobre las regulaciones canadienses de etiquetado de alimentos

16 de julio de 2018

Montreal, Quebec



Representantes comerciales de Colombia, Ecuador, Honduras, México y Pakistán acreditados en Montreal, asistieron a un seminario para conocer de las regulaciones canadienses de etiquetado de alimentos. El seminario tuvo lugar en la sede del Consulado General de Honduras el 16 de julio de 2018. El representante regional de TFO Canada para Quebec, Marc Germain, condujo la actividad en la que también participó Carole Fournier, presidenta de ACC Label, una empresa radicada en Montreal que ofrece servicios expertos en materia de etiquetado de alimentos en Canadá.

## Apoyo a empresas del sector agroalimentario de países de la Alianza del Pacífico

Del 23 al 26 de julio de 2018

Colombia, Peru and Mexico

TFO Canada y sus socios PROCOLOMBIA, PROMPERU y PROMEXICO organizaron tres misiones de compradores a



Colombia, Perú y México, respectivamente, para reunirse con exportadores con quienes previamente habían tenido reuniones de negocio o se habían conocido durante el la feria comercial Grocery Innovations Canada (GIC). El objetivo principal de las misiones fue facilitar el avance de los exportadores en sus negociaciones y concluir los negocios generados durante la feria. Los compradores canadienses también tuvieron la oportunidad de conocer otras compañías listas para exportar que participaron en el proyecto con empresas del sector agroalimentario de países de la Alianza del Pacífico.

## Empoderamiento de mujeres líderes aimaras a través de capacitación en habilidades de negocio

Del 31 de julio al 3 de agosto de 2018,

Iquique, Chile



Como conclusión a la fase de "formación de formadores" del proyecto Empoderamiento de Mujeres Chilenas, Clarecia Christie,

# ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

gerente de Proyectos, Servicios de Información Comercial de TFO Canada, viajó a Iquique y colaboró en el entrenamiento en habilidades de negocio de mujeres líderes aimaras en Pozo Almonte y Alto Hospicio. Treinta y nueve mujeres líderes recibieron entrenamiento en: evaluación de pérdidas y ganancias, etiquetado, realización de ventas, venta al por menor y comercialización, entre otros temas. Las mujeres se sintieron muy



complacidas con el entrenamiento. Como que esta fue la sesión final de la fase “formación de formadores” del proyecto (la otra fue “Desarrollar capacidades de diseño”), las mujeres que cumplieron con todos los criterios de asistencia recibieron un certificado final.

## Misiones de Senegal para exportar a Canadá

**Del 30 de julio al 3 de agosto de 2018, Dakar, Senegal**

**Del 15 al 22 de septiembre de 2018, Montreal y Toronto, Canadá**

Como parte del proyecto “Export Launchpad”, Amandine Gakima, gerente de proyectos de TFO Canada para África y el Caribe, dirigió una sesión de capacitación y de selección de empresas en Dakar, Senegal, del 30 de julio al 3 de agosto de 2018. La visita comenzó con un seminario

“Exportar a Canadá” para brindar información a los exportadores de PYME senegaleses sobre las oportunidades que ofrece el mercado canadiense y sus regulaciones, y especialmente el trato preferencial que les brinda la Iniciativa de Acceso al Mercado Canadiense para Países Menos Adelantados. Posteriormente, los expertos, Marc Germain y Francesca Opoku, se reunieron individualmente con 30 PYME para seleccionar 20 empresas que participarían en dos misiones de exportadores a Canadá en función de su preparación para la exportación al mercado canadiense.

Entre el 15 y el 22 de septiembre de 2018, las empresas seleccionadas participaron en una misión comercial a Montreal y Toronto donde sostuvieron reuniones individuales con compradores canadienses y participaron en giras por el sector minoristas en sus respectivos sectores: frutas exóticas procesadas e ingredientes naturales para cosméticos.

## Misión comercial del Artisan Hub a la feria comercial NY NOW

**Del 12 al 16 de agosto de 2018, Ciudad de Nueva York, EEUU**

Las gerentes de proyectos de TFO



Canada, Amandine Gakima y Marta Recinos, dirigieron una misión

comercial de 13 compañías de Bangladesh, Camboya, Etiopía, Haití y Madagascar a la feria NY NOW 2018 en la Ciudad de Nueva York. La misión sirvió de continuidad a Artisan Hub 2017 y apoyó a las empresas dirigidas principalmente por mujeres en la promoción de sus empresas, materiales sostenibles y productos ecológicos y de comercio justo ante compradores canadienses e internacionales. En esta segunda misión comercial, la atención se centró en afianzar los conocimientos adquiridos, el acceso al mercado en Canadá y el seguimiento con clientes potenciales. Un elemento adicional fue la participación bajo el estandarte de Fairtrade. Cinco empresas fueron invitadas a exhibir sus respectivos productos en la sección de Fairtrade.

## Misión comercial de “Hecho en Ucrania” a la feria comercial de textiles Apparel Textile Sourcing Canada

**del 20 al 22 de agosto de 2018 Toronto, Canada**

TFO Canada, en su capacidad de



socio implementador del proyecto Canadá-Ucrania de comercio y apoyo a las inversiones (CUTIS, por sus siglas en inglés), organizó una misión comercial del sector de prendas de vestir a la feria Apparel Textile Sourcing Canada (ATSC). La misión fue apoyada por ‘Hecho en Ucrania’ y

## ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

ucranianos: Andre TAN, Annafoxy, Berserk Sport, Bukvica, RITO, Rubizhansk Hosiery y SohoChic. Para todos fue su primera experiencia como expositores en la feria ATSC y en el mercado canadiense. La misión comercial incluyó reuniones de negocio y una gira de familiarización con el mercado. El proyecto es implementado por la Conference Board of Canada y financiado por el Ministerio de Asuntos Mundiales de Canadá.

### Taller “Marketing estratégico y tendencias de empaquetado”

Del 26 al 30 de agosto de 2018  
 Amán, Jordania



Con el objetivo de elevar la preparación para exportar al mercado canadiense de PYME jordanas que asistieron a la feria comercial SIAL Montreal 2018, TFO Canada llevó a cabo actividades de desarrollo de capacidades durante una semana en Amán, Jordania. El taller fue impartido por el Sr. Ira Teich, un voluntario de CESO y experto en el tema, al que asistieron representantes de 13 compañías y funcionarios de la Asociación de Exportadores de Jordania. Más del 50% de los asistentes fueron mujeres. Un tema del taller fue fortalecer las capacidades para desarrollar estrategias de crecimiento de mercado específico

que incluya estrategias efectivas de marketing y empaquetado. Se celebraron reuniones individuales con las empresas en las que se ofreció orientación sobre la importancia de una estrategia de marketing realista, se revisaron las estrategias de marketing y el empaque de productos, y se les ofrecieron consejos prácticos.

### Foro de comercio de Filipinas y lanzamiento de Makapuno

29 de agosto de 2018  
 Toronto, Ontario



La representante regional para Ontario de TFO Canada, Susan Baka, impartió una presentación sobre Cómo exportar a Canadá a un grupo de empresas filipinas que participaban en el Foro de Comercio de Filipinas y que asistían al Quinto Festival Anual del Coco (y Expo de súper alimentos), celebrados en Toronto en agosto. El Festival fue un evento multicultural donde se resaltaron los beneficios para la salud y los diversos usos culinarios y otros usos del coco y de otros súper alimentos. El Pabellón de Filipinas contó con 10 expositores de alimentos y otros artículos no comestibles que participaban en la Misión y Foro Comercial. Las empresas tuvieron la oportunidad de reunirse con importadores

canadienses durante el Foro de Comercio posterior al Festival para estudiar posibles relaciones de negocio. El Foro también incluyó el lanzamiento del Programa Philippine Makapuno Breakthrough. El Makapuno es un tipo de coco único y de alto valor.

### Talleres sobre acceso al mercado canadiense para empresas del sector agro alimentario de Camboya, Laos y Myanmar

27 de agosto de 2018, Phnom Penh, Camboya

30 de agosto de 2018, Vientiane, RPD de Laos

Del 3 al 5 de septiembre de 2018, Mandalay y Yangon, Myanmar



El Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID) y TFO Canada en colaboración con el Instituto Mekong celebraron talleres en cuatro ciudades diferentes en Camboya (Phnom Penh), Laos (Vientiane) y Myanmar (Mandalay y Yangon) sobre “Requisitos de acceso al mercado canadiense y oportunidades de comercio”. Los talleres, a los que asistieron más de 200 participantes (48% mujeres), proporcionaron información sobre el mercado canadiense de comidas artesanales, así como recomendaciones prácticas de entrada al mercado a exportadores y a otros que aspiran a exportar de estos países. Después de cada taller,

## ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Marc Germain, asociado de TFO Canada, realizó consultas individuales con aproximadamente 60 pequeñas y medianas empresas de alimentos interesadas en participar en actividades de capacitación comercial y de vinculación con el mercado en



Canadá. Estuvieron presentes en el evento representantes de comercio y desarrollo de Canadá (Embajada de Canadá y Alta Comisión) y de los países destinatarios (funcionarios de ministerios pertinentes).

### Taller sobre requisitos de etiquetado para el mercado canadiense

10 y 11 de septiembre de 2018

Ciudad de Guatemala, Guatemala



TFO Canada en asociación con la Cámara de Comercio Guatemalteco-Canadiense organizó un taller técnico de dos días sobre "Etiquetado y otros desafíos que enfrentan los exportadores para entrar al mercado canadiense". El taller fue impartido por Bertrand Walle, asociado de TFO

Canada, a 25 PYME guatemaltecas en el sector agroalimentario, así como consultas individuales para 10 PYME guatemaltecas seleccionadas para la exportación.

### TFO Canada celebra seminario sobre el mercado de alimentos orgánicos en Canadá

12 de septiembre de 2018,

Toronto, Ontario



Más de 20 representantes comerciales de 13 países en desarrollo con sede en Toronto asistieron a una presentación general sobre el mercado canadiense de alimentos orgánicos que hizo Tia Loftsgard, directora ejecutiva de la Asociación de comercio de alimentos orgánicos de Canadá (COTA, por sus siglas en inglés) durante un seminario de TFO Canada sobre el sector de alimentos orgánicos. Al compartir los resultados de una nueva investigación completada por COTA, la Sra. Loftsgard habló sobre las oportunidades y desafíos de la industria, la creciente popularidad entre los consumidores convencionales, las tendencias y regulaciones de la industria.

El seminario fue organizado por Susan Baka, representante regional de TFO

Canada para Ontario e incluyó un panel de importadores moderado por Rodrigo Contreras, consejero comercial y de inversión de México (PROMEXICO) en Toronto de, el Dr. Harendra Joshi, ejecutivo de marketing internacional de Ecoideas, Jennie Coleman, presidenta de Equifruit, y Nancy Manotas, diseñadora de productos y presidenta de Manotas Organics and Fine Foods, quienes compartieron sus conocimientos sobre este mercado en crecimiento y algunos consejos para los productores que buscan vender a compradores canadienses.

### TFO Canada acoge a mujeres empresariales durante Gala Anual de la Organización de Mujeres en el Comercio Internacional (OWIT, por sus siglas en inglés)

19 de septiembre de 2018,

Toronto, Ontario



Representantes comerciales femeninas de Filipinas, Argentina y Costa Rica y los cónsules generales de Guyana, Uruguay y Perú fueron invitadas de Susan Baka, representante regional de TFO Canada para Ontario en la Gala y Ceremonia de Premiación anual de la Organización de Mujeres en Comercio Internacional (OWIT) en Toronto.

## PLAN PROPICIA ACCESO AL MERCADO CANADIENSE A LOS COSMÉTICOS DE TAMA

Es un lunes soleado y [SeKaf Ghana Limited](#) llevó a su almacén 18 toneladas métricas de nueces de karité en bruto que compró a su cooperativa de mujeres. Sekaf es una empresa social que produce productos de manteca de karité naturales y orgánicos bajo la marca TAMA. Tamale, donde radica SeKaf, es la capital de la Región del Norte de Ghana y la cuarta ciudad más grande del país.



Productos naturales y orgánicos de belleza a base de manteca de karité

Los productos de calidad superior de manteca de karité de Sekaf ya están disponibles en Canadá, bajo la marca TAMA Cosmetics.

La entrada de la marca en el mercado canadiense se debe en parte a un estudio de mercado apoyado por TFO Canada a través de su programa “Estudios de Entrada al Mercado”.

No es de extrañar que la mejor manteca de karité del mundo provenga de África Occidental y Ghana. Los productos de TAMA Cosmetics son únicos dado su alto contenido de manteca de karité natural. Entre sus productos se encuentran: jabón de manteca de karité, jabón negro, cremas para manos, loción corporal, aceite de karité para el cuerpo y el cabello, y manteca de karité sin refinar, todo elaborado con una alta proporción de manteca de karité. Algo que es exclusivo de TAMA es el bello empaquetado y su estilo, los que fueron diseñados y desarrollados en Tamale.

Un equipo de estudiantes del programa de Maestría en administración de empresas (MBA) de la Telfer School of Management de la Universidad de Ottawa, elaboró un plan de marketing para guiar la entrada de TAMA en el mercado canadiense. El plan de marketing ha sido una gran guía para la directora general (CEO) canadiense durante sus primeros meses de trabajo de comercialización en el “Gran Norte Blanco”.

Los productos de TAMA Cosmetics se encuentran actualmente en los estantes de cuatro tiendas minoristas en Ontario, y buscan expandirse aún más. Uno de los minoristas, la tienda [Little Green Planet](#), ubicada en el Kensington Market de Toronto, acaba de realizar su quinto pedido, y los comentarios de los clientes han sido positivos.

“La manteca de karité TAMA es realmente divina y mantiene mi piel suave e hidratada. Yo padezco de eczema crónico y mi piel ahora está muy feliz”, comenta Elisa, una cliente satisfecha de Toronto.

El comercio electrónico se identificó también como una vía de acceso al mercado y a finales del año pasado se lanzó una tienda en línea. Los cosméticos de TAMA están disponibles aquí: [www.tamacosmetics.ca](http://www.tamacosmetics.ca)

*Continúa en la página siguiente*

## PLAN PROPICIA ACCESO AL MERCADO CANADIENSE A LOS COSMÉTICOS DE TAMA

TAMA también tiene presencia en los EE. UU., y más recientemente en Europa, Kuwait y Túnez.

El mercado canadiense ofrece muchas oportunidades para el desarrollo futuro. Los productos de calidad de manteca de karité han experimentado un rápido crecimiento debido a un gran conocimiento y demanda de los beneficios de la manteca de karité natural.

La importación de manteca de karité TAMA de Ghana a Canadá tiene un impacto positivo en las mujeres ghanesas y sus comunidades rurales y promueve el crecimiento económico en África. Nuestro suministrador tiene su base de producción en la cooperativa de mujeres SeKaf Shea Butter Village y compra las nueces de karité de más de 5,000 mujeres, emplea a 95 mujeres y ha capacitado a más de 1400 mujeres en el desarrollo de hábitos de ahorro.

*“Para Sekaf, la posibilidad de vender más de nuestros productos TAMA en Canadá nos permite poder proporcionar ingresos y empleos sostenibles. Una vez que seamos rentables, tenemos aspiraciones aún mayores de reinvertir en las comunidades en las que operamos”,* indica Mirabelle Moreaux, directora general de SeKaf



Mujeres ghanesas secan nueces de karité (arriba)



Una mujer ghanesa revuelve aceite de karité

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