TFO CANADA
Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo

Exportando a Canadá- Noticias

Información • Asesoría • Contacto

Marzo 2014 Ejemplar 17

Mercado de importación "caliente" en un país helado

Este año hemos tenido un invierno inusualmente largo y frío en casi todo Canadá. De hecho, en la mayor parte del país el suelo permanece congelado por más de cinco meses al año, lo cual deja a los agricultores canadienses una temporada de cultivo muy corta. Como consecuencia, los consumidores y vendedores canadienses dependen en gran medida de los alimentos importados: ¡casi un tercio de todos los alimentos comprados por los canadienses se importa! Cada vez más estos productos provienen de países en desarrollo.

En esta edición del Boletín Trimestral de TFO Canada destacamos algunos segmentos del mercado de alimentos de Canadá. Esto es oportuno ya que Montreal y Vancouver serán la sede de las dos ferias comerciales más importantes del sector de alimentos en Canadá en abril: en Montreal, SIAL Canada (o Salón internacional de la alimentación) de alimentos procesados y manufacturados, y la feria de productos frescos de la Canadian Produce Marketing Association (CPMA, o Asociación canadiense de distribución de frutas y legumbres) en Vancouver. TFO Canada estará presente en ambos eventos brindando apoyo y promocionando la participación de exportadores de Honduras, Indonesia, Panamá, Perú y Túnez.

El sector de alimentos procesados y manufacturados, en particular, se diversifica cada vez más con respecto a la variedad de productos para el consumidor y el número de suministradores que proveen a los minoristas e importadores. Esta es una buena noticia para aquellas empresas con un producto de calidad que buscan ingresar al mercado canadiense. En este número compartimos el trayecto seguido por una de esas empresas, Secrets of Panama, la cual aprovechó la feria SIAL 2013 como plataforma para entrar al mercado canadiense y, con el apoyo de TFO Canada, encontrar un comprador para su producto. Gracias a ello, la empresa ya ha empezado a enviar sus sabrosas salsas picantes a Canadá.

En esta edición de nuestro boletín también destacamos el auge de las importaciones en el sector de frutas y verduras las cuales en el último año han crecido impresionantemente en un 10%. Igualmente ofrecemos información sobre el mercado de frutos secos, nueces y especias el cual también ha experimentado un crecimiento en un número de dos cifras. Estas observaciones son sólo algunos ejemplos del contenido de nuestros Estudios de Mercado actualizados recientemente para cada uno de esos sectores.

Puede que aún haya frío aquí en Canadá, pero tal como pudo descubrir Secrets of Panama en el caso de su salsa picante, las oportunidades en los mercados de alimentos manufacturados y procesados de Canadá están bastante "calientes".

Brian Mitchell
Executive Director
TFO Canada

En éste número:

El mercado canadiense de alimentos especializados	*1*
Próximos Webinars	*1*
Frutas y Verduras Procesadas - 2014	*2*
Alimentos Secos, Nueces y Especias - 2014	*3*
Guía de importación de alimentos y productos vegetales	*3*
¿Qué hay de nuevo en el mercado Canadiense?	*4*
Próximos Eventos Comerciales	*4*
Una Mirada a los Eventos de	*5*
Productor de salsa picante panameño le "da sabor" al	*6*

El mercado canadiense de alimentos especializados

El mercado canadiense de alimentos especializados ha crecido continuamente durante los últimos cinco años, a un promedio de 2,7% anual.

El mercado canadiense de alimentos especializados ha crecido continuamente durante los últimos cinco años, a un promedio de 2,7% anual. El mercado de alimentos especializados incluye alimentos étnicos, productos sin alérgenos, alimentos elaborados conforme a consideraciones religiosas, dietéticas y de salud, tales como los productos orgánicos. Las pequeñas tiendas locales han conquistado un espacio del mercado dominado tradicionalmente por los supermercados grandes los cuales aún dominan el 89,9% del mercado. Sin embargo, el aumento de la inmigración a Canadá ha seguido creando una mayor demanda de alimentos étnicos. La industria alimentaria canadiense también ha enfrentado dificultades en los últimos años debido a la recesión mundial. El impacto del alza de los precios de los alimentos ha creado una mayor demanda de los vendedores de productos rebajados. Por lo tanto, se ha visto un crecimiento fuerte tanto en el sector de productos de bajo precio, como de los de mayor lujo. En el futuro, productos como fideos, meriendas ligeras dulces y salada para picar y pastas se espera crecerán rápidamente en volumen y demanda.

(Continua en página 5)

Próximos Webinars

TFO Canada se complace en ofrecer el siguiente webinar (presentación en línea) en inglés:

How Personal Care Products are regulated in Canada (Cómo se Regulan los Productos para el Cuidado Personal en Canadá)

29 de abril de 2014 a las 10:00 am (GMT - 5:00)

TFO Canada también presentará tres webinars para informar a exportadores inscritos recientemente sobre cómo utilizar los servicios disponibles en el sitio web de TFO Canada.

Servicios en línea de TFO Canada

Inglés - 24 de abril 24, 2014 at 10:30 am (GMT - 5:30)
Francés - 15 de mayo de 2014 a las 10:30 am (GMT - 5:30)
Español - 27 de junio de 2014 a las 10:30 am (GMT - 5:30)

Para participar, envíe un mensaje electrónico a webinar@tfocanada.ca e indique en cual desea participar.

Frutas y Verduras Procesadas - 2014

La frutas y verduras en conserva provisional no aptas para el consumo humano inmediato

Las importaciones de frutas y verduras envasadas provisionalmente y que requieren procesamiento adicional antes de poderse consumir aumentaron un 0,8% entre enero de 2013 y enero de 2014. Este ligero auge se suma al aumento de 100.000 dólares USD observado entre 2012 y 2013, como se muestra en el gráfico adjunto. No obstante, las importaciones han disminuido significativamente desde su mayor alza en cinco años con 27.7 millones USD en 2009 a 13,5 millones USD en 2013. Las importaciones de frutas y verduras en conservas provisionales disminuyeron en los últimos cinco años, con la excepción de las cerezas y verduras mezcladas, las cuales ascendieron en 10.6% y 5.7%, respectivamente, entre 2012 y 2013. En 2013, la mayoría de las importaciones estuvieron destinadas a Quebec (7,6 millones USD), Ontario (4,9 millones USD), y a la Colombia Británica (0,9 millones USD), provenientes principalmente de España (3,5 millones USD), los Estados Unidos (2,7 millones USD) e Italia (2,0 millones de dólares USD).

Frutas y verduras enlatadas y en conserva

A diferencia de las frutas y verduras en conserva provisional no aptas para el consumo humano, las importaciones de frutas y verduras enlatadas en conserva listas para el consumo inmediato ascendieron a su nivel más alto en cinco años con 1,4 mil millones de dólares USD en 2013. El alza durante el último año hasta la fecha fue de 10,1% en enero de 2014 lo cual augura otro incremento anual. En 2013, la mayoría (762 millones USD) de las importaciones consistió en preparaciones de frutas crudas, nueces y plantas comestibles, mientras que las menos (7 millones USD) fueron de productos confitados en azúcar. Las importaciones de los productos encurtidos (conservados en vinagre) ascendieron en 146 millones USD, mientras que las importaciones de productos cocidos, tales como mermeladas y jaleas ascendieron a 71 millones USD. Ontario (con 793 millones USD), Colombia Británica (con 293 millones USD) y Quebec (con 185 millones USD) fueron las provincias que más importaron en 2013, y los principales suministradores fueron los Estados Unidos (909 millones USD), China (99 millones USD) y Tailandia (59 millones USD).

Frutas y verduras congeladas

Los avances tecnológicos, y los métodos avanzados de cosecha y procesamiento contribuyen a una mejor calidad de los productos congelados lo cual propicia la demanda de opciones alimentarias saludables para los canadienses. Trás una caída significativa en 2010, las importaciones aumentaron en los siguientes cuatro años alcanzando su mayor nivel con 1,09 mil millones USD. Las importaciones van en camino a otra alza en 2014, en vistas a que en enero de 2014 los niveles de importación aumentaron un 6,5% respecto al mismo periodo de 2013.

Esta información ha sido extraída de nuestro reciente estudio de mercado "Frutas y Verduras Procesadas - 2014", que estará disponible pronto para los miembros registrados en www.tfocanada.ca.

Alimentos Secos, Nueces y Especias - 2014

Verduras desecadas, raíces suculentas y tubérculos

Las importaciones de verduras desecadas, mandioca (o yuca), batata (o boniato), y el arrurruz aumentaron a 293 millones USD en 2013, el nivel más alto en cinco años. Compradores en Ontario, Colombia Británica y Québec compraron la mayor parte de estos productos y los principales proveedores de este mercado fueron Estados Unidos (170,9 millones USD), China (52,2 millones USD) y Australia (7,2 millones USD); mientras que otros países clientes de TFO Canada se ubicaron entre los diez principales proveedores en 2013.

Frutas deshidratadas

Las importaciones de frutas deshidratadas también alcanzaron su mayor nivel en cinco años en 2013, al llegar a 1,47 mil millones de dólares USD, frente a 1,26 mil millones USD en 2009. Las importaciones de cítricos encabezaron las compras con 495,9 millones de dólares. La mayoría (601, 2 millones USD) de estas compras fueron hechas por los compradores en Ontario, seguido por los de la Colombia Británica (273,8 millones USD) y Québec (207,5 millones USD).

Legumbres desecadas

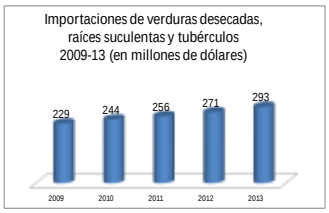
Al igual que otros productos incluidos en este boletín, las importaciones de legumbres desecadas, como los guisantes (o chícharos) deshidratados, garbanzos, frijoles y lentejas, también alcanzaron su punto más alto en cinco años, con 120.6 millones USD en 2013. El incremento respecto al año anterior fue del 10,1%, lo que refleja un mayor consumo como proteínas alternativas en las opciones de dieta sana de los canadienses.

Nueces comestibles

Las importaciones de nueces comestibles alcanzaron su nivel más alto en cinco años en 2013 con 601 millones de dólares USD. En ese año, las importaciones de cocos, nueces del Brasil y de anacardos aumentaron un 13,9% con respecto a 2012, mientras que las importaciones de otras nueces ascendieron un 10,6% respecto al mismo periodo de 2012 a 2013. Los compradores de Ontario compraron más de la mitad de estas importaciones, seguidos de compradores en Québec y Colombia Británica.

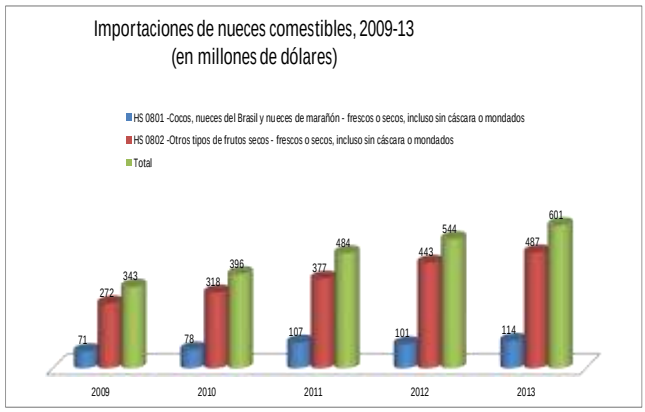
Arroz

Tras experimentar un alza de 342 millones de dólares USD en 2009, las importaciones de arroz se redujeron a 304 millones USD en 2011 y 2012 antes de repuntar de nuevo con 339 millones USD en 2013.



Especias, Hierbas y Extractos de Especias

Las importaciones de especias, hierbas y extractos de especias aumentaron significativamente (17,7%) entre 2012 y 2013 alcanzando su nivel más alto en cinco años en 2013 con 168 millones USD. Los pimientos representaron 77.2 millones USD y especias como el jengibre, azafrán, curry y tomillo con 55 millones USD fueron los productos más populares importados en 2013, principalmente de compradores en Ontario (con 94 millones USD), de Québec (con 43.4 millones USD) y de Colombia Británica (con 25.9 millones USD).



Esta información ha sido extraída de nuestro reciente estudio de mercado "Alimentos Secos, Nueces y Especias - 2014", que estará disponible pronto para los miembros registrados en www.tfocanada.ca.

Guía de importación de alimentos y productos vegetales a exhibir en ferias y exposiciones comerciales en Canadá

La Guía de importación de alimentos y productos vegetales para ferias y exposiciones en Canadá ofrece a los expositores las condiciones especiales que se aplican a la importación de alimentos y productos vegetales que se quieran exhibir en ferias y exposiciones comerciales. La Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá establece las normas de importación, indica las reglamentaciones que hay que cumplir por categoría de productos, y el proceso a seguir por los expositores para poder traer estos productos y exhibirlos en Canadá.

Acceso Estudios de Mercado en Línea

Para tener acceso a los estudios de mercado su compañía debe estar registrada con TFO Canada.

Es muy fácil, solo vaya a www.tfocanada.ca, pulse «registrese ahora» y siga las instrucciones.

Una vez que se haya registra-do con nosotros, usted tendra acceso al contenido en linea, incluyendo información detal-lada relacionada con su sector en nuestros estudios de merca-do, así como a nuestros servi-cios promocionales.

¿Qué hay de nuevo en el mercado Canadiense?

El Gobierno de Harper introduce ley para implementar Acuerdo de Libre Comercio con Honduras

30 de enero de 2014

El gobierno introdujo hoy la Ley sobre el Crecimiento Económico y Prosperidad Canadá-Honduras para poner en práctica el Tratado de Libre Comercio entre ambos países así como acuerdos de cooperación laboral y ambiental.

El Honorable Ed Fast, ministro de comercio internacional, y José Adonis Lavaire, ministro de industria y comercio de Honduras, firmaron los acuerdos en Ottawa el pasado 5 de noviembre de 2013. Ahora se llevaran a cabo los procesos de debate y ratificación internos en Canadá y Honduras para llevar los acuerdos a la práctica.

Desde 2006, Canadá ha firmado acuerdos de libre comercio con nueve países: Colombia, Jordania, Panamá, Perú, la Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza) y Honduras. Recientemente, Canadá estableció un acuerdo en principio con la Unión Europea de 28 países, el mercado más grande y lucrativo del mundo.

El déficit comercial de Canadá se eleva a 1,66 mil millones de dólares CAD tras cifras record en las importaciones

6 de febrero de 2014

Canadá registró un déficit comercial mucho mayor de lo esperado al llegar a 1,66 mil millones CAD (1,49 mil millones USD) en diciembre, la mayor brecha desde noviembre de 2012, debido a que las importaciones alcanzaron cifras récord como resultado de precios más altos, según dio a conocer la Dirección General de Estadísticas de Canadá el jueves. Noviembre también experimentó una fuerte alza.

El deterioro de la balanza comercial se produjo a pesar de un descenso en el volumen de las importaciones y un aumento en el volumen de las exportaciones. Los precios de las importaciones subieron un 1,6%, en parte debido a la baja del dólar canadiense, mientras que los volúmenes cayeron un 0,4%. Las exportaciones aumentaron un 0,8% mientras que los precios subieron un 0,1%.

El comercio canadiense internacional de mercancías

10 de marzo de 2014

Las importaciones canadienses de mercancías disminuyeron un 1,6% mientras que las exportaciones subieron un 0,2% en enero. Como resultado, el déficit comercial global de Canadá se redujo de 922 millones de dólares USD en diciembre a 177 millones USD en enero.

Las importaciones bajaron a 40,8 mil millones USD ya que los volúmenes cayeron un 2,6% mientras que los precios aumentaron un 1,0%. Las disminuciones principales se observaron en las importaciones de vehículos y piezas de motor, así como en los productos energéticos.

Las exportaciones subieron a 40,6 mil millones USD, dado que el aumento de los productos energéticos fue compensado principalmente por las disminuciones en vehículos de motor y partes, así como en los minerales metálicos y minerales no metálicos. En general, los precios subieron un 5,8%, mientras que los volúmenes se redujeron un 5,3%.

Las exportaciones a países distintos de los Estados Unidos crecieron un 1,3% y alcanzaron los 10,0 mil millones USD, ya que el aumento de las exportaciones hacia la zona comercial principal "todos los demás países" (+9,3%), se vieron parcialmente mermadas por la caída de las exportaciones a Japón (-20,1%). Las importaciones procedentes de países distintos de los Estados Unidos disminuyeron un 1,2% llegando a 13,8 mil millones USD. La baja en las importaciones de petróleo crudo y bitumen crudo proveniente de Noruega representaron una caída del 8,6% en las importaciones de la zona comercial principal "otros países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos." Esta disminución fue parcialmente sopesada por un aumento del 5,4% en las importaciones procedentes de la Unión Europea. Como resultado, el déficit comercial de Canadá con países distintos de los Estados Unidos se redujo de 4,1 mil millones USD en diciembre a 3,8 mil millones USD en enero.

Modificación de la regulaciones de CFIA en 2015 requerirá obtención de licencias por parte de todas las empresas canadienses de alimentos

12 de marzo de 2014

Los grandes cambios que se avecinan en el sector de alimentos y bebidas de Canadá para 2015 significan que la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, CFIA por sus siglas en inglés, velará por el acatamiento por parte de todos los productores, importadores y exportadores de alimentos en el país de un nuevo sistema de licencias federales.

Igualmente está en camino la puesta en marcha de un conjunto normalizado de criterios de inspección para todos los productos alimenticios, así como la ampliación de la lista de productos que inspeccionaran los inspectores. Como parte de los esfuerzos de la CFIA por modernizar sus regulaciones, muchas de estas nuevas normas sustituirán reglamentos que se remontan a la década de 1940.

Según Candace Sider, directora de asuntos regulatorios de Livingston International Inc., una empresa de intermediación aduanera y consultoría comercial: "Ellos lo llaman modernización, (pero) realmente se trata de una alineación con otros organismos gubernamentales clave con el propósito de transformar la manera en que realizan su trabajo en la actualidad."

Introducido tras la Ley de alimentos sanos para los canadienses en 2012, el programa de modernización requiere que todas las empresas elaboren y apliquen planes de control preventivo expandibles.
"En su sentido más amplio, los principales elementos de ese plan de alimentos seguros son requisitos para la gestión de la calidad, programas de control de calidad, programas de seguridad, planes de prevención y control, la trazabilidad de los alimentos (y) la obligación de mantener registros al día", agrega Sider. para todos los casos.

Próximos Eventos Comerciales

ABRIL

SIAL CANADA 2014
del 2 al 4 de abril de 2014
Montreal

CPMA's Annual Convention Show 2014
del 2 al 4 de abril de 2014
Vancouver

Grocery Showcase West
del 6 al 7 de abril de 2014
Vancouver

Canadian Health Food Association - West Show
del 12 al 14 de abril de 2014
Vancouver

Luggage, Leathergoods, Hand-bags & Accessories Show
del 27 al 29 de abril de 2014
Toronto

MAYO

Esthetique Spa International
del 4 al 5 de mayo de 2014
Toronto

Bakery Showcase 2014
del 4 al 6 de mayo de 2014
Toronto

SIDIM - International Design Show
del 22 al 25 de mayo de 2014
Montreal

El mercado canadiense de alimentos especializados

(Viene de página 1)

Canadá cuenta con una amplia población étnicamente diversa que ha creado una gran demanda de alimentos étnicos y alimentos elaborados conforme a consideraciones religiosas y dietéticas como los productos Halal y Kosher. Se espera que el mercado de comida étnica crezca de manera constante en el futuro a medida que las minorías en Canadá sobrepasen los 11,4 millones de personas en 2031 y crezcan tanto en tamaño como en diversidad. Los grupos étnicos más grandes en la actualidad están integrados por surasiáticos chinos, pero el segmento de mayor crecimiento es la población musulmana. En general, el interés por la comida étnica crece entre todos los canadienses.

Otro factor importante en el mercado de alimentos especializados tiene que ver con el envejecimiento de la población canadiense y un mayor interés por los alimentos sanos. Los productos orgánicos, las opciones más saludables (tales como productos bajos en sodio o en grasa), así como los ingredientes y productos locales han ganado aceptación en las tiendas especializadas más pequeñas y en los mercados de agricultores. También hay una mayor demanda de productos sin alérgenos, como productos libres de todo tipo de nuez, sin lactosa y sin gluten. Los alimentos finos (gourmet) y los preparados artesanalmente siguen siendo populares entre los canadienses de ingresos de medios a altos.

Estas tendencias a largo plazo y las restricciones dietéticas especiales crean diferentes tipos de oportunidades para los exportadores a Canadá y los productores de alimentos.

En general, el mercado de alimentos especializados se está expandiendo rápidamente y se espera que siga en alta demanda en el futuro.

Fuente:

Productos Envasados en Canadá - 2014 (en inglés, Packaged Goods in Canada (2014), Euromonitor International

El Mercado de Alimentos Especializados en Norteamérica (2012), Ministerio de Agricultura y Agroalimentación de Canadá

Una Mirada a los Eventos de TFO Canadá

Representante comercial de TFO Canada recibe Premio de Excelencia por su distinguida labor en el comercio internacional

TFO Canadá felicita a Alma Farias tras recibir este premio— el más importante de los tres premios otorgados por la Organización de Mujeres en el Comercio Internacional (OWIT, por sus siglas en inglés) en Toronto con motivo de su Gala Anual de Premiaciones dedicada a homenajear a las mujeres que se distinguen en labores relacionadas con el comercio internacional. Alma es la representante de comercio de TFO Canada en Ontario y cuenta con más de 18 años de trabajo en el campo del comercio internacional.

Este premio reconoce a una mujer excepcional en Ontario que, por medio de sus redes de contactos de negocio y personales promociona el comercio y brinda orientación y fomenta oportunidades que apoyan activamente a las mujeres empresarias o profesionales a lograr el éxito en los negocios internacionales.

Exitosa misión de compradores a Burkina Faso visita consorcio de mujeres productoras de manteca de karité

Entre el 3 y el 7 de febrero se efectuó la Misión de TFO Canada de compradores de manteca de karité de Norte América a Burkina Faso. La misión fue la última actividad de envergadura como parte de proyecto TFO Canada-CESO Shea Butter Marketing Group que creó el consorcio de manteca de karité GIE-Karité du Burkina Faso, integrado por seis empresas y asociaciones dirigidas por mujeres. Tres compradores de Ontario participaron en la misión encabezada por el asociado de TFO, el Sr. Bertrand Walle y en colaboración con el socio local Maison de l'Entreprise du Burkina Faso.

El primer día estuvo dedicado a presentaciones de los socios, productores y compradores, y el resto de la semana se destinó a familiarizar a los compradores con los productores mediante visitas a los sitios de producción de los seis productores en las cercanías de Uagadugú y en Léo. El último día de la misión incluyó reuniones individuales entre compradores y el consorcio en las que se efectuaron solicitudes de compra.

Del aula al terreno: PyMEs de Honduras participan en las ferias de SIAL y CPMA

Exportadores de alimentos procesados de Honduras vendrán a Montreal para asistir al Salon Internacional de L'alimentation (SIAL), del 2 al 4 de abril y conocer por sí mismos cuán dinámico es nuestro mercado y también para establecer contactos con potenciales importadores. Asimismo, un selecto grupo de productores de productos frescos participarán en la feria anual de la Canadian Producers and Marketing Association (CPMA) en Vancouver en esa misma fecha.

Este es el resultado de una intervención de mercado organizada por TFO Canada, bajo el Programa de Asistencia Técnica Relativa al Comercio entre Canadá y lasAméricas, en cooperación con FIDE Honduras (socio de TFO Canadá en Honduras para la promoción de las exportaciones), CESO y e IICA. En enero de 2014, TFO Canada y sus socios organizaron una serie de seminarios en Tegucigalpa y San Pedro Sula para PYMEs especializadas en el sector agroalimentario (productos frescos y alimentos procesados). Los seminarios contaron con la participación de más de 60 empresas de este sector. El objetivo de los seminarios fue dar una introducción al mercado canadiense a estas empresas, la mayoría de las cuales no estaban familiarizadas con el mercado canadiense. Nuestro equipo de expertos canadienses abordó temas sobre regulaciones, acceso al mercado y las características generales del mercado. Al concluir los seminarios, representantes de las empresas pudieron reunirse con nuestros expertos para escuchar consejos acerca de sus productos específicos.

Al concluir las reuniones, un pequeño grupo de empresas fueron seleccionadas para participar en una actividad de seguimiento con un componente de capacitación (Capacidad de Mercadeo y Adaptación del Producto) y una visita de familiarización de mercado a Canadá.

La participación en las ferias comerciales es parte de un programa financiado por el Gobierno de Canadá para ayudar a las PyMEs en Honduras a raíz del Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Honduras que se espera entré en pleno vigor más adelante en el transcurso de este año.

Productor de salsa picante panameño le "da sabor" al mercado canadiense

Marianela Martínez de Alvarado decidió que debía hacer un cambio de carrera luego de que uno de sus clientes no pudiera encontrar un regalo culinario típico panameño para llevar de vuelta a casa. Ante la desilusión de su homólogo canadiense al observar que las estanterías de los supermercados locales estaban repletas de salsas picantes genéricas, la ex abogada internacional notó este vacío y decidió hacer algo.

Dos años más tarde, Alvarado está orgullosa de ser la propietaria de Secrets of Panama, una pequeña empresa que produce hotCHOMBO. Esta salsa picante es cien por ciento natural y elaborada con ingredientes locales como el famoso chile habanero, el más picante en el mundo. También contiene ron en homenaje a la influencia caribeña en la región.

"Es una combinación hecha en el cielo",

dice de su receta, la cual le pasó su abuela.

En poco tiempo, Alvarado se interesó en expandir el alcance de su compañía a mercados extranjeros. La floreciente empresaria se unió a representantes de otras ocho pequeñas y medianas empresas panameñas durante la feria anual Salon International de L'Alimentation (SIAL), que se celebrara en Toronto del 30 de abril al 2 mayo de 2013.

TFO Canada se encargó de organizar una gira de orientación de mercado de cuatro días para facilitar el contacto con posibles compradores, y dar la oportunidad de conocer sobre el mercado canadiense. Entre las actividades realizadas se ofrecieron seminarios sobre las regulaciones canadienses, se incluyó un recorrido por la cadena de supermercados Loblaws, y se organizaron reuniones de trabajo con compradores canadienses durante la feria SIAL.

Alvarado pudo encontrar un importador para su producto después de que TFO Canada organizara una entrevista adicional fuera del marco de SIAL en las oficinas de una pequeña empresa canadiense que se especializa en productos gourmet exclusivos.

Alvarado reconoció que la intermediación de una agencia que puso a su compañía en contacto con un importador interesado fue crucial para encontrar un comprador.

hotCHOMBO variedad de salsas picantes

"Asistir a una feria sin tener reuniones con nadie es muy difícil. Las reuniones de negocio son clave y TFO Canada nos propició tal oportunidad."

Secrets of Panama hizo su primer envío de hotCHOMBO a Canadá en enero, y tiene planes de hacer un segundo envió en abril. En la actualidad, el producto se puede comprar en siete localidades canadienses, incluyendo supermercados y tiendas especializadas.

Alvarado volverá a asistir a la feria de SIAL este año en Montreal del 2 a 4 abril. Ahora que ya tiene un importador canadiense, está interesada en enfocarse más en la promoción de su producto y en establecer contactos con compradores de todo el país.

"El mundo no se acaba con el país de uno. El mundo está abierto a tu negocio, y tú tienes que trabajar duro para hallar aquellas partes del mundo que aman tu producto,"

TFO CANADA
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

56 Calle Sparks - Oficina 300 Ottawa
Ontario K1P 5A9 Canadá
Tell: 1.613.233.3925
Fax: 1.613.233.7860
Numero gratis: 1.800.267.9674
E-mail: newsletter@tfocanada.ca

TFO Canada confrota el desafío de la pobreza global promoviendo el desarrollo sustentable a través de la información , la asesoría y el contacto commercial. Nosotros facilitamos el acceso al Mercado canadiense y compartimos la experticia en Comercio Internacional para beneficiar a los pequeños y medianos exportadores en los países en desarrollo. 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 del Departamento de Relaciones Exteriores, Comercio y Desarrollo Canadá

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2014