

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

EL MERCADO DE ALIMENTOS PROCESADOS Y LA CADENA DE SUMINISTRO

EN ESTE NÚMERO

1. MENSAJE DEL DIRECTOR EJECUTIVO
2. TENDENCIAS GLOBALES DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN EL SECTOR DE ALIMENTOS PROCESADOS
3. MERCADO DE ALIMENTOS PROCESADOS EN CANADÁ: ¿HAY ESPACIO PARA LOS EXPORTADORES DE ÁFRICA?
4. ACTUALIZACIONES REGIONALES
5. ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ
6. TFO CANADÁ INFORME ANUAL DE IMPACTO 2021-2022
7. NUEVO PERSONAL
8. COOPERATIVA SANAD: UN COMPROMISO SOCIAL PARA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES RURALES





STEVE TIPMAN
DIRECTOR EJECUTIVO
TFO CANADÁ

Las cadenas de suministro y el costo de los alimentos

Sin lugar a dudas, la prolongada pandemia de la COVID-19 ha causado importantes retos en la cadena de suministro que contribuye al aumento de los costos de los alimentos. Según la Dirección General de Estadística de Canadá, el 71,9% de las empresas canadienses informó haber experimentado dificultades en la cadena de suministro de alimentos durante el primer trimestre de 2022. El Informe de Precios de los Alimentos de Canadá muestra que las familias en Canadá gastaron un promedio de \$936,40 por mes en costo de alimentos en 2021; con un costo promedio de comestibles de \$200,51 por persona por mes. También vale la pena señalar que el 62% de los canadienses comen fuera con menos frecuencia que antes de la pandemia.

Algunas de las principales perturbaciones de la cadena de suministro de alimentos son los retrasos cada vez mayores en las entregas, la escasez de productos y suministros y el aumento de los precios de los insumos. Los expertos consideran que estas perturbaciones continuarán, con dificultades adicionales para adquirir ciertos bienes, tales como productos frescos y carnes. Las empresas no están seguras de cuánto tiempo persistirán estos retos y

muchas están teniendo problemas para hacer frente a las pérdidas financieras que han enfrentado. Como resultado, existe el temor de que esto pueda llevar a precios aún más altos para los consumidores en los próximos meses.

Frente a estas realidades actuales, a continuación se incluyen ciertas medidas que algunos importadores de alimentos canadienses están adoptando:

- Minimizar el transporte, ellos están buscando la fuente localmente (cuando se puede).
- Algunos están buscando fuentes alternativas de suministro que estén más cerca de su ubicación.
- Algunos están demostrando una mayor flexibilidad para hacer pagos más rápidos a los proveedores.
- Cuando tiene sentido, algunos están gestionando inventarios "por si acaso" en comparación con un inventario más tradicional "justo a tiempo".
- Algunos están haciendo pedidos provisionales.
- Algunos están buscando fortalecer las relaciones con sus proveedores.
- Para abordar los problemas de suministro, algunos también están tratando de diversificar sus proveedores.

Si bien los problemas en el sector alimentario son bastante complejos, TFO Canadá está ahí para ayudar. Ofrecemos una serie de servicios tales como nuestros servicios comerciales en línea, documentos de información de mercado, apoyo a misiones comerciales y emparejamiento de empresa a empresa.

Consejo Comercial de Tipman: Usted sólo debe asistir a ferias comerciales que coincidan con sus objetivos de comercialización.

Dado que el mundo continúa por el camino de la "nueva normalidad", vale la pena compartir un "Consejo comercial" de hace cinco años. Es aún más importante que nunca considerar los costos asociados con los viajes internacionales.

Al evaluar a qué feria comercial asistir, asegúrese de considerar su propósito, si su público meta asistirá o no, información sobre otros expositores, el diseño de la feria y cómo las ferias comerciales pueden o no calzar con su más amplio plan de comercialización.

Siempre es mejor tener esta información a la mano antes de hacer la inversión y tomar la decisión de asistir.





TENDENCIAS GLOBALES DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN EL SECTOR DE ALIMENTOS PROCESADOS

Por Christian Sivière, Asociado de TFO Canadá

Mientras el mundo sale de la pandemia, sus efectos siguen sintiéndose. Los confinamientos que dejan a la gente sin trabajo han terminado, pero las tensiones en nuestra cadena de suministro global persisten. Además, las tensiones comerciales entre EE.UU. y China, los desastres naturales y, más recientemente, la invasión rusa a Ucrania, se combinaron para crear más interrupciones en la cadena de suministros. Los aumentos de los precios de la energía, la volatilidad de los mercados de productos básicos y la escasez de materias primas generan incertidumbres para todas las industrias, y en particular para el sector alimentario. En Canadá y otros países, la escasez de mano de obra aumenta los retos para muchas empresas

Durante la pandemia, el sector alimentario siguió siendo dinámico, pero la industria tuvo que adaptarse a los cambios en el comportamiento de los consumidores. Comer fuera no era posible, muchos restaurantes cerrados, conferencias, convenciones, ferias comerciales y el turismo se detuvieron, impactando en gran medida la industria hotelera. Aunque estas actividades están volviendo, como vemos por la congestión y los retrasos en los aeropuertos, algunas de las nuevas tendencias parecen ser duraderas, como ordenar comestibles en línea, comprar alimentos para llevar o comidas listas para cocinar. Esto, junto con el creciente interés de los consumidores por alimentos más saludables, repercutió en la distribución de alimentos, particularmente en la necesidad de espacio de almacenamiento, incluyendo un espacio con temperatura controlada. El almacenamiento en frío y el transporte son actividades que solíamos dar por sentadas, pero, una vez más, la escasez de mano de obra y el aumento de los costos de la energía añaden desafíos a la industria alimentaria. En tiempos pre-pandémicos, la distribución era lineal, desde el productor o importador al mayorista y al minorista. Ahora es un poco más complejo: debido al cambio en la demanda del consumidor y del mercado, se esperan opciones de entrega más rápidas y flexibles. Y también hay una tendencia a comprar de forma local, una especie de nearshoring, que para Canadá tiene sus límites, debido a las limitaciones climáticas y de producción.

Sin embargo, hay señales positivas que nos dan motivos para ser optimistas. A la economía canadiense le está yendo relativamente bien y está experimentando un buen crecimiento, por delante de otros países del G7. Los costos de logística internacional, que se habían disparado en 2021, se han reducido a niveles más razonables. La tarifa de referencia de contenedores marítimos de 40 pies desde China a la costa oeste de EE. UU., que había alcanzado los US\$20.000,00 ahora ha vuelto a bajar a US\$5.500. En el frente de la energía, aunque el gas natural sigue siendo caro, el petróleo ha bajado desde un máximo de US\$140/barril inmediatamente después de la invasión rusa a Ucrania, a alrededor de US\$90/barril. Esto ayudará a controlar la inflación. E incluso con el calentamiento global, Canadá no cultiva aceitunas, dátiles, aguacates ni bananos, por lo que los consumidores canadienses inteligentes seguirán buscando comidas exóticas de calidad, y siempre habrá espacio para productos alimenticios finos importados.

La versión actualizada del Documento de información de mercado en el sector de las frutas y hortalizas procesadas estará disponible próximamente en [el sitio web de TFO Canadá](#).

MERCADOS DE ALIMENTOS PROCESADOS EN CANADÁ: ¿HAY ESPACIO PARA LOS EXPORTADORES AFRICANOS?

Por Susan Baka, Representante Regional de TFO Canadá en Ontario

Canadá tiene una población de más de 38 millones, y la fabricación de alimentos y bebidas es una gran parte de la economía del país. De hecho, es el segundo sector manufacturero más grande de Canadá. Además, alrededor del 70% de los alimentos y bebidas procesados comprados son elaborados por fabricantes nacionales. ¿Hay espacio para los exportadores africanos?

El sector en Canadá se enfrenta a retos tales como la escasez de mano de obra y los impactos de la COVID-19, junto con el aumento de los costos de los alimentos. Sin embargo, los cambios resultantes en la demanda de los consumidores presentan realmente nuevas oportunidades para los exportadores.



Tendencia: La pandemia enfatizó el bienestar y la alimentación saludable, lo cual continúa después de ella. Agregue a esto el envejecimiento de la población de Canadá que tiende a centrarse en estilos de vida saludables, incluyendo una preferencia por los ingredientes orgánicos y naturales. La pandemia también despertó el interés de los consumidores por probar nuevos y diferentes sabores y alimentos. Además, los millennials han estado expuestos a muchas culturas diferentes que han ampliado sus gustos. También son conocedores de la tecnología e informados y quieren conocer los productos que compran, buscando empresas alineadas con sus propios valores (como las que ofrecen productos ecológicos y de comercio justo). Los alimentos de origen vegetal, por sus beneficios para la salud y el medio ambiente, están en aumento.

Oportunidades: La búsqueda de nutrición, sabor y textura, junto con un mayor consumo de alimentos de origen vegetal, está poniendo a los granos y productos de granos interesantes en las listas de compras regulares. Las importaciones del sector de productos horneados han aumentado constantemente durante los últimos cinco años, y se prevé que crezca el mercado de alimentos y bebidas sin gluten de Canadá. Si bien los postres congelados han experimentado una tendencia a la baja, hay espacio para opciones más saludables que aún contienen algo de azúcar. En realidad, Canadá importó \$35 millones en azúcar y productos de confitería de Costa de Marfil en el 2020, y casi el 36 % de los alimentos procesados de Madagascar importados por Canadá es vainilla. Y, por supuesto, el deseo de productos alimenticios de comercio justo presenta otra oportunidad para los exportadores africanos.

Tendencia: La población de Canadá es cada vez más diversa, lo que le convierte en uno de los países más multiculturales del mundo. Más de 250 orígenes étnicos están presentes y, de los más de 7 millones de inmigrantes aquí, más del 13% de los recién llegados nacieron en África.

Oportunidad: La diversidad de Canadá ha afectado el gusto de los consumidores por los alimentos étnicos, presentando una oportunidad para que los exportadores africanos introduzcan diversos ingredientes (por ejemplo, especias y polvos), suplementos y alimentos procesados (como café, té, aceites, salsas, caviar, frutas y verduras congeladas) en el mercado y atiendan a los canadienses de origen africano.

La presencia en línea es clave

Los avances tecnológicos han cambiado el comportamiento de los consumidores. En Canadá, el 50% de los consumidores busca productos y servicios en línea antes de realizar una compra. Si bien las plataformas como Amazon tienen numerosos requisitos para los vendedores de alimentos, lo que dificulta la venta B2C, es esencial tener una presencia en línea que muestre y describa bien sus productos para educar e impresionar a los compradores e importadores de alimentos canadienses e instar a los consumidores a buscarlos localmente.

ACTUALIZACIONES REGIONALES

Asia y Medio Oriente

El equipo de Asia está trabajando activamente con socios, expertos técnicos y coordinadores locales para implementar las próximas actividades del programa en la región, que incluyen la preparación para asistir a ferias comerciales internacionales (por ejemplo, el show [NY Now](#) el pasado mes de agosto para hasta 14 pequeñas y medianas empresas (PyME) de Bangladesh), el desarrollo e implementación continuo de Planes de Acción de Género (GAP por sus siglas en inglés) para las instituciones de apoyo al comercio (IAC) y preparación para el próximo lote de desarrollo de capacidades de las PyME mediante la capacitación con perspectiva de género sobre preparación para la exportación a las PyME en Jordania, Indonesia y Camboya

En agosto de 2022, se brindó capacitación con perspectiva de género sobre preparación para la exportación a PyME vietnamitas de los sectores de alimentos procesados y prendas de vestir. El entrenamiento también incluyó capacitación técnica sobre igualdad de género e inclusión social (GESI), comercialización digital, responsabilidad social corporativa (RSC) y prácticas empresariales climáticamente inteligentes.

En el marco de la [Plataforma de Conocimiento de Mujeres en el Comercio \(WIT\) para impulsar el proyecto de crecimiento inclusivo y sostenible](#), TFO Canadá, el Instituto Asia-Mekong (MI) y el Centro Africano para el Estudio de las Economías de África (CSEA) completaron encuestas en línea en seis países así como análisis de investigación cualitativa para explorar conocimientos profundos sobre el empoderamiento económico de las mujeres. Los socios regionales de investigación presentaron todos los hallazgos de la investigación junto con las recomendaciones de política de la investigación en los últimos foros regionales de múltiples partes interesadas (julio-agosto de 2022). El proyecto explora cómo las PyME dirigidas por mujeres de los países en desarrollo se benefician de las oportunidades comerciales internacionales, que pueden ser utilizadas tanto por los sectores públicos y privados a nivel nacional, regional y mundial.



ACTUALIZACIONES REGIONALES

África y Haití

Entrenamiento en comercio electrónico y marketing digital: TFO Canadá, en colaboración con CFI-Haití y expertos de Canadá, organizó en junio una formación de cuatro días sobre comercio electrónico y marketing digital. Participaron 20 PyME del sector de la aromaterapia, que se prepararon para participar en la gira de familiarización con el mercado en Montreal, prevista para noviembre de 2022.

Preparación para la exportación: en agosto, el equipo de África impartió cursos de capacitación sobre preparación para la exportación a 140 PyME. 59 de estas PyME eran de Etiopía y 46 de Zambia. Estos países se están preparando para la siguiente fase del proyecto, que es la participación en actividades de acceso al mercado. La próxima actividad de acceso al mercado es la feria comercial Gulf Foods, prevista del 20 al 25 de febrero de 2023, con la participación de PyME de Etiopía, Kenia y Ghana.

SIAL París: tras una amplia capacitación sobre la preparación para la exportación, el equipo de África apoyará la participación de 30 PyME de Costa de Marfil, Senegal y Madagascar del sector agroalimentario en SIAL París en octubre.



ACTUALIZACIONES REGIONALES

América Latina y el Caribe

En el marco del proyecto Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible, una delegación de cinco PyME guatemaltecas lideradas por mujeres de los sectores de artesanía y decoración del hogar participó en la feria comercial NY Now en la ciudad de Nueva York en agosto. La misión fue un éxito, ya que el pabellón de Guatemala ganó el Premio Diseño de Stand Innovador y las empresas lograron un total de 172 conexiones con compradores potenciales. Esta misión fue la culminación de una capacitación que inició el año pasado, junto con un proceso personalizado de coaching y adaptación del producto. Estas empresas crean oportunidades de empleo para mujeres artesanas indígenas en Guatemala y promueven el patrimonio cultural y el saber hacer del país a través de sus productos.



En el Perú se completó un estudio sobre género en el sector comercial, que ofrece una perspectiva sobre la mujer en la fuerza laboral y en el sector comercial del país. Esta información permitirá abordar mejor los retos a los que se enfrentan las mujeres y prever mejor soluciones para su empoderamiento en el sector.

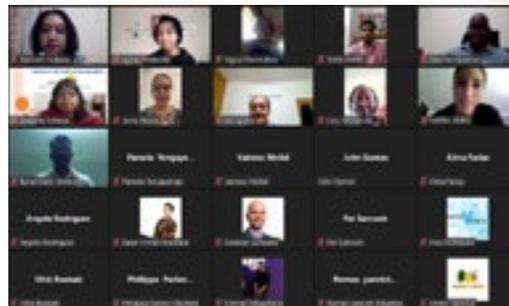
Las IAC de Perú, Honduras y Guatemala comenzaron a impartir una nueva ronda de preparación para la exportación y capacitación técnica a su red de PyME sobre comercialización digital, comercio electrónico, medio ambiente y cambio climático y RSC. Se han impartido seis sesiones virtuales, dos en Perú y cuatro en Honduras. La capacitación continuará en el otoño.

ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Seminario web de TFO Canadá: introducción a los servicios de TFO Canadá en línea

Agosto 2022

TFO Canadá organizó este verano tres seminarios web sobre cómo presentar el nuevo sitio web y los servicios en línea. Los seminarios web proporcionan directrices a los exportadores sobre el proceso de registro en el sitio web de TFO Canadá, el acceso a la información de mercado y mucho más. Aproveche los recursos, incluidas las grabaciones disponibles en: [inglés](#), [francés](#) y [español](#)



Seminario web de TFO Canadá sobre Preparación para una feria comercial de decoración del hogar y accesorios de moda

Julio 2022

Jacques Nadeau, Representante Regional en Quebec de TFO Canadá, presentó en julio un seminario con consejos para ayudar a las PyME a obtener un retorno de su inversión de tiempo y dinero al exhibir en ferias comerciales para la decoración del hogar y los mercados de accesorios de moda. [Grabación completa.](#)



ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Visita de TFO Canadá a Perú

Septiembre 2022

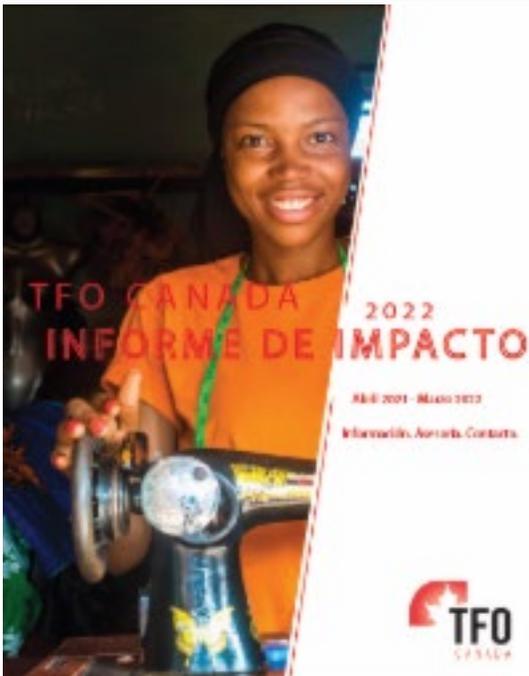
El Director Ejecutivo de TFO Canadá, Steve Tipman, participó en una visita de seguimiento a Perú, donde se reunió con autoridades oficiales y socios locales. Mantuvo una reunión de trabajo con la Excm. Sra. Ana Cecilia Gervasi, Viceministra de Asuntos Exteriores del Perú, con la que habló de los proyectos de cooperación que se están llevando a cabo en Perú y de nuevas áreas de cooperación potencial.

Durante la visita, TFO Canadá se reunió con su institución local asociada, PromPerú, y con las organizaciones locales de apoyo, la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), para discutir los avances del proyecto, los próximos pasos, las potenciales sinergias con otras iniciativas y revisar la estrategia de implementación.

En una reunión con las 10 empresas seleccionadas que participaron en SIAL en abril de 2022, TFO Canadá mantuvo una conversación con las empresas para determinar el grado de avance de las negociaciones posteriores a SIAL, intercambiar experiencias y lecciones aprendidas entre los potenciales exportadores e identificar acciones que puedan aumentar su probabilidad de exportar; todas las empresas están en proceso de negociación con potenciales compradores canadienses.



TFO CANADÁ INFORME ANUAL DE IMPACTO DE 2021-2022



TFO Canadá se enorgullece de presentar su segundo informe anual de impacto. A medida que continuamos respondiendo a los efectos y desafíos globales del COVID-19, el desarrollo liderado por el comercio sigue siendo nuestro enfoque y es realmente la pieza central de nuestro trabajo. El Informe de Impacto 2021-2022 destaca el éxito de TFO Canadá en el cultivo de nuevas asociaciones de financiación, el fomento de relaciones sólidas en los países objetivo y la ampliación de nuestra red de asociados en todo el mundo. Esto nos ha permitido adaptarnos continuamente y ofrecer resultados impactantes, desde el desarrollo de servicios electrónicos en nuestro nuevo sitio web de TFO Canadá, la colaboración con instituciones de apoyo al comercio para desarrollar la capacidad de las pequeñas y medianas empresas en sus estrategias de mercado de exportación, la planificación de actividades de acceso al mercado para el año 2022, hasta el apoyo a los gobiernos de Perú e Indonesia para mejorar los procesos de facilitación del comercio que ahorrarán tiempo y dinero a las empresas que hacen negocios en estos países.

[¡Feliz lectura!](#)

Informes Regionales

Susan Baka, Representante Regional en Ontario

Julio – Septiembre de 2022

Las ferias comerciales presenciales se reanudaron durante el verano e incluyeron la asistencia al [Mode Show](#) y al Toronto [Gift & Home Show](#), ambas celebradas en Toronto en agosto. Los compradores e importadores que expusieron en las ferias comerciales conocieron acerca de cómo TFO Canadá puede ayudarles a obtener productos de países en desarrollo. Las próximas ferias comerciales en Toronto a las cuales asistirá la Sra. Baka para promover los servicios de TFO Canadá, incluyen [CHFA Now](#), [Grocery Innovations Canada](#) y [Apparel y Textile Sourcing Canada](#). Esta actividad ayuda a aumentar la reserva de compradores canadienses que pueden buscar exportadoras para diversificar sus fuentes de suministro en nuestra base de datos de PyME.

Jacques Nadeau, Representante Regional en Quebec

Julio – Septiembre de 2022

La actividad de networking continuó con el objeto de crear vínculos sostenibles con los consulados extranjeros con sede en Montreal, instituciones gubernamentales que promueven actividades comerciales en los países en desarrollo y universidades cuyo plan de estudios aporta una visión global del desarrollo internacional. El Sr. Nadeau se reunió con los consulados de Perú y Guatemala en Montreal, destacando la importancia de facilitar el establecimiento de networking de “empresas a empresas” entre los exportadores de PyME y los importadores de Quebec.

NUEVO PERSONAL

Allison Boulton **Representante regional en Columbia Británica**



Allison cuenta con gran experiencia en la exportación de productos agroalimentarios canadienses procesados, con especial atención a Asia. Como representante regional de la TFO Canadá en Vancouver, trabaja en todos los sectores para promover el comercio y aumentar los conocimientos de los exportadores y las instituciones de apoyo al comercio en todo el mundo.

A modo de antecedentes, Allison creció en una granja mixta en la zona rural de Manitoba y se dirigió al oeste para obtener una licenciatura en Comercio por la Universidad de Victoria. Pasó una década en la industria del vino de Canadá, construyendo una próspera bodega boutique canadiense con exportaciones a más de 20 países. Allison se trasladó a China y Oriente Medio para obtener su MBA y trabajar como Directora de Marketing y Ventas Comerciales en China en el sector de las bebidas. A su regreso a Canadá, trabajó como asesora de comercio internacional en Small Business BC y creó su propia empresa para ayudar a los empresarios a crecer a nivel mundial.

Junto con los gobiernos provincial y federal, Allison formó parte del equipo que desarrolló el programa Export Navigator de Columbia Británica, una iniciativa de desarrollo económico en curso para hacer crecer las exportaciones de la provincia. Dirigió un equipo de Asesores de Exportación que asesoraba sobre cuestiones de exportación y ayudaba a cientos de PyME de toda la provincia. A lo largo de su carrera, Allison ha compartido sus amplios conocimientos sobre comercio transfronterizo, ventas internacionales y comunicaciones interculturales con audiencias de todo el mundo, y sigue contribuyendo a apoyar a las PyME como escritora, mentora y conferenciante.

Baharnesh Mesfin Teshome **Oficial de comunicaciones y servicios de apoyo al comercio**

Baharnesh se unió a TFO Canadá como oficial de comunicaciones y servicios de apoyo al comercio en agosto de 2022. Es responsable de proporcionar apoyo en la creación de materiales de comunicación, la realización de investigaciones sobre el mercado canadiense y la difusión de información y servicios relacionados con el comercio en los canales de comunicación internos y externos.

Es una Profesional Certificada en Comercio Internacional CITP®|FIBP® y le apasiona apoyar a las pequeñas y medianas empresas a acceder y navegar por nuevos mercados a través de una amplia investigación, divulgación, análisis y promoción. Antes de incorporarse a TFO Canadá, Baharnesh trabajó en la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en Etiopía, como asesora nacional en materia de promoción de la inversión y la tecnología bajo la Oficina de Promoción de la Inversión y la Tecnología de Corea. Es licenciada en Derecho por la Universidad de Keele y tiene un máster en Derecho Comercial Internacional por la Universidad de Newcastle, en el Reino Unido.



COOPERATIVA SANAD: UN COMPROMISO SOCIAL PARA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES RURALES

Coopérative Sanad fue fundada en 2013 por Amina Majdi. Ubicada en la región de Beni Mellal-Khenifra, en el norte de Marruecos, la cooperativa agrícola reúne a 68 mujeres rurales que se especializan en la producción y distribución de especias, especias mixtas y granos, es decir, diferentes variedades de cuscús. Estos deliciosos productos naturales se manejan con cuidado en las instalaciones certificadas de la Oficina Nacional de Seguridad Alimentaria (ONSSA), garantizando que condimentos de la más alta calidad lleguen a la mesa de la cocina.

La cooperativa tiene un compromiso social. *"Las mujeres marroquíes que viven en los pueblos o en las montañas no pueden asumir el emprendimiento debido a la falta de diplomas, fondos y capacitación, lo que resulta en pobreza"*, explica Amina. *"Nuestro objetivo es sacar a las mujeres rurales de la pobreza desarrollando sus habilidades en la comunidad."* Este objetivo se refleja en la estructura del colectivo: tres grupos de 20 mujeres se centran en una categoría de productos, lo que les permite establecer relaciones estrechas y convertirse en expertas en sus respectivos productos. Iniciativas como capacitación, programas de alfabetización, guardería, apoyo contra la violencia doméstica y los viajes también se organizan para reforzar el empoderamiento económico y social de los empleados.



Este año, Coopérative Sanad fue una de las cinco PyME del sector de alimentos procesados elegidas por el programa She Trades Marruecos del Centro de Comercio Internacional (CCI) para asistir a la feria comercial SIAL Montreal del 20 al 23 de abril de 2022. En colaboración con el CCI y el socio local ASMEX, TFO Canadá impartió entrenamiento a 13 PyME marroquíes del sector de alimentos procesados, incluyendo a Sanad, en preparación para el evento. Las sesiones de capacitación se impartieron en Zoom e incluyeron conocimientos sobre embalaje, precios de productos, relaciones con los clientes y gustos y estándares canadienses.

Dos días antes del evento principal, Coopérative Sanad se benefició de una gira de familiarización con el mercado patrocinada por TFO Canadá en Montreal para evaluar el panorama canadiense de los alimentos procesados. El itinerario incluyó visitas a instalaciones, desde cadenas de supermercados como Metro y Adonis hasta tiendas de comestibles étnicos y mercados locales como Marché Ariya y Marché Jean-Talon. Este fue un viaje clave en el que la cooperativa identificó oportunidades para que sus productos llegaran a los estantes al otro lado del Atlántico. *"Podríamos exportar pimentón marroquí, una maravillosa especia de la cual el 90% se encuentra en nuestra región de Beni Mellal-Khenifra"*, comparte Amina. *"Por lo que vi, los canadienses también adoran las especias mixtas para shawarma y tajine, y especialmente las 17 mezclas de ingredientes de ;ras el hanout!"*

Una vez en la feria comercial, la promesa y el éxito siguieron. *"Nuestra experiencia en SIAL fue excelente"*, comenta Amina. *"Nuestros stands fueron visitados constantemente por posibles compradores, probablemente debido al increíble olor y colores que emanan de nuestra exhibición."* Coopérative Sanad también asistió a múltiples reuniones B2B con clientes canadienses, durante las cuales obtuvo 13 nuevos contactos y obtuvo con éxito dos pedidos. A su vez, la cooperativa está preparando otros dos pedidos a Canadá para especias y granos mixtos. Sanad espera seguir creciendo y mejorando la vida de las mujeres en los próximos años por medio del desarrollo de nuevos productos y el acceso a los mercados de todo el mundo.

A TFO Canadá le complace observar la implementación de las estrategias proporcionadas durante la capacitación a las PyME y mejorar el acceso de esas empresas a los mercados internacionales mediante la participación en ferias comerciales. Estamos comprometidos con la igualdad de género a través de nuestro trabajo mediante la creación de asociaciones comerciales sostenibles para los exportadores de los países en desarrollo. Queremos agradecer a Amina Majdi, fundadora y directora, por compartir sus experiencias.

TFO Canada mejora la vida de las personas mediante la creación de asociaciones comerciales sostenibles para exportadores de países en desarrollo con compradores canadienses y extranjeros. Facilitamos el acceso al mercado canadiense y compartimos la experiencia comercial canadiense en beneficio de los pequeños exportadores de propiedad y gestión de hombres y mujeres de los países en desarrollo y de los hombres y mujeres que emplean.

Fundada en 1980, TFO Canada es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro.

Este boletín se produce con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá proporcionado a través de Global Affairs Canada.

© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2022