

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

Contenido

Mensaje del
Director
Ejecutivo

Tendencias y
Regulaciones del
Sector
Canadiense
Textil y de la
Confección

Documento de
Información del
Mercado Textil y
de la Confección

Actualizaciones
de Programa

Café Utake: Éxito
de Fabricación en
el Mercado
Global



Mensaje del Director Ejecutivo

Principales tendencias y regulaciones del sector canadiense de textil y de la confección

En Canadá, el otoño representa una época de transiciones. Los días se vuelven más cortos porque el sol se oculta más temprano; las hojas de los árboles adquieren vibrantes tonos amarillos, rojos y naranjas; los niños regresan a clases; y todos se preparan para la fría estación por venir. Para algunas personas, ese prepararse para la "caída de la temperatura" implica enfocarse en adquirir nuevas prendas de vestir que les ayuden a sobrellevar los días en que los termómetros se mueven por debajo de los 0 grados Celsius.

Esta edición del boletín de noticias de TFO Canadá se enfoca en el sector textil y de la confección, industria que puede ser sumamente atractiva para muchos de nuestros suscriptores. Para muchas Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en países en desarrollo que desean ingresar en el mercado canadiense textil y de la confección, comprender las tendencias y regulaciones clave en este sector es vital para alcanzar el éxito. Para quienes se inician en el negocio, el mercado canadiense se presenta como uno altamente competitivo, con una creciente demanda de textiles producidos de forma ética y sostenible. Son cada vez más los consumidores que buscan productos ecológicamente sanos y responsables socialmente. Lo anterior se ha traducido en un aumento de la popularidad del algodón orgánico, así como materiales reciclados y productos de comercio justo. Para las PyMEs que desean insertarse en el mencionado mercado, alinearse a estas tendencias puede convertirse en una importante ventaja competitiva.

En cuanto a la regulación, Canadá cuenta con estrictos requisitos para la importación, los cuales deben ser estudiados con atención.

La [Tarifa Arancelaria de Canadá](#) establece las obligaciones para los diversos productos textiles, y es crucial que los exportadores las conozcan y así evitar incurrir en gastos inesperados. Además de lo anterior, la [Ley de Seguridad de los Productos de Consumo de Canadá](#) (CCPSA) reglamenta las normas de seguridad para la industria de la confección, incluyendo los requerimientos de etiquetado, las normas de inflamabilidad y el uso de químicos específicos. El incumplimiento con estas regulaciones puede dar pie a sanciones graves, incluida la confiscación de los bienes.

Existen otras oportunidades para las PyMEs exportadoras, representadas en los diversos acuerdos de comercio y los regímenes arancelarios preferenciales que maneja Canadá con algunos países. Estos instrumentos pueden beneficiar a las empresas que desean exportar sus productos a Canadá, en el entendido del cumplimiento de las reglas de origen.

Para triunfar en el mercado canadiense, las PyMEs de países en desarrollo deben priorizar el cumplimiento de estas regulaciones y alinear sus productos con las tendencias actuales de consumo. Al hacerlo, pueden tener acceso a un mercado lucrativo y hacerse de una reputación de buena calidad y producción con ética, aspectos cada vez más importantes para los consumidores canadienses.



Steve Tipman
Director Ejecutivo
TFO Canada



"Para insertarse satisfactoriamente en el mercado canadiense de los textiles y de la confección, las PyMEs deben enfocarse en comprender las preferencias y tendencias de los consumidores locales, además de apalancarse con herramientas de mercadeo digital para llegar a un público cada vez más amplio. Además, construir alianzas con distribuidores y minoristas locales puede ayudarlas a sortear las exigencias regulatorias"

Tendencias y Regulaciones del Sector Canadiense Textil y de la Confección

Por Myriam Laroche, Asociada de TFO Canada

La industria canadiense textil y de la confección está experimentando actualmente un cambio abrupto. En la medida en que los consumidores están cada vez más conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus opciones de compra, las empresas reciben más presión para adoptar prácticas más sostenibles.

Cadenas de suministro éticas y transparentes

Una de las tendencias más relevantes en esta industria es un enfoque creciente en cadenas de suministro éticas y transparentes. Los consumidores exigen cada vez más información sobre el origen de sus prendas de vestir, sus métodos de fabricación y las condiciones en las cuales estas se produjeron. Lo anterior ha conducido a un interés creciente en la tecnología de las cadenas de bloque, como un pasaporte digital de las prendas que puede emplearse para rastrear el desplazamiento de una prenda desde la materia prima hasta el producto acabado, con lo que se garantiza el respeto de las normas éticas y ambientales a lo largo de toda la cadena de suministro.

Los minoristas y fabricantes también enfrentan una creciente presión para suministrar más información sobre los materiales empleados en sus productos y los procesos involucrados en la producción. Esta información incluye detalles sobre el número de manos que manipularon una prenda y las condiciones en las que la misma se fabricó. En la medida en que los consumidores se vuelven más exigentes, los proveedores necesitan ofrecer más transparencia y rastreabilidad respecto a sus productos.

Prácticas de economía circular

El concepto de economía circular, que apunta a reducir el desperdicio y maximizar la eficiencia de los recursos, está ganando cada vez más impulso en la industria textil y de la confección. Las compañías han explorado

vías para ampliar la vida útil de sus productos por medio del reciclaje, la reutilización y la reparación. Actualmente, se desarrollan tecnologías capaces de facilitar el reciclaje de textiles, y cada vez son más comunes las iniciativas para la recolección y reutilización de prendas textiles de segunda mano.

La popularidad de las prendas de segunda mano y los servicios de renta también va en aumento, lo que refleja un cambio de perspectiva en las actitudes de los consumidores, quienes buscan un consumo más sostenible. Al asumir prácticas de economía circular, las compañías pueden reducir su huella ambiental y satisfacer las demandas de consumidores cada vez más conscientes.

Panorama normativo

El panorama normativo para la industria textil y de la confección evoluciona y aborda preocupaciones de tipo ambiental y social. Si bien Canadá no cuenta actualmente con programas de responsabilidad ampliada del productor (EPR, por sus siglas en inglés) para los textiles, ni a escala nacional ni provincial, existe un impulso cada vez más notorio hacia la instrumentación de estas regulaciones. Algunos países europeos como Países Bajos ya han instrumentado esquemas EPR que exigen a los fabricantes tomar responsabilidad respecto al reciclaje y reutilización de sus productos.

Ahora que Canadá avanza hacia un futuro más sostenible, es imperativa la aplicación expedita de normativas similares. Los productores y minoristas de prendas de vestir deben prepararse de forma proactiva para esta nueva realidad, mediante el establecimiento de programas de reciclaje, el diseño de productos que faciliten el reciclaje, la oferta de servicios de reparación y modificación de productos, y la utilización de materiales de fabricación realizados con desechos.



El momento de actuar es ahora. El futuro de la industria textil y de la confección de Canadá depende de un compromiso colectivo con la sostenibilidad. Al adoptar prácticas éticas, promover principios de economía circular y apoyar iniciativas de regulación, podremos crear un panorama de la moda más responsable y sostenible para las generaciones del futuro.

Documento de Información del Mercado textil y de la confección

Por Myriam Laroche, Asociada de TFO Canada

La industria de la confección en Canadá ha enfrentado fluctuaciones considerables en los últimos años, en mayor parte generadas por la pandemia de la COVID-19. En 2019, las ventas minoristas alcanzaron un pico de 37,2 miles de millones de dólares. Si embargo, el impacto de la pandemia en 2020 causó un descenso dramático hasta 28 mil millones, principalmente por causa de la cuarentena y los cambios de los hábitos de los consumidores. No obstante, el sector comenzó a recuperarse en 2021, con un repunte de las ventas hasta 33,5 miles de millones de dólares, seguido de un resurgimiento en 2022 hasta alcanzar los 40,4 mil millones de dólares. Para 2023, el mercado tocó un techo histórico de 42,1 miles de millones de dólares, lo que se interpreta como un crecimiento robusto y resiliencia.

El comercio electrónico sigue siendo un canal crítico de ventas en la confección, con 19,4% del total de ventas en 2023. Sin embargo, el mercado del comercio electrónico se contrajo en 2,2% a 6,9 miles de millones de dólares canadienses ese mismo año, lo cual constituyó el segundo año consecutivo de contracción. Según el informe de [Trendex North America](#), se proyecta un aumento de las ventas de ropa en línea de 0,9% para 2024 y de 6,1% entre 2023 y 2027, mientras que se espera que las ventas totales en confección aumenten en 2,5% y 13% en esos periodos respectivos.

Dominancia de los grandes distribuidores

Los distribuidores más grandes, como Winners, se mantienen como los líderes del mercado, siendo que 10 de los distribuidores más importantes acaparan 34,7% del total de ventas. H&M y Lululemon Canada

registraron los incrementos más importantes en ventas en 2023, con tasas de crecimiento de 8,9% y 10,5%, respectivamente. Ese mismo año, 13 distribuidores extranjeros de la confección se insertaron en el mercado canadiense, en comparación de los nueve existentes para 2022. Los distribuidores experimentaron un incremento de sus márgenes brutos de 48,3% en 2020 a 49,5% en 2021, toda vez que sus márgenes de ganancia operativa aumentaron de 4% a 7,1% en el mismo periodo. De igual manera, los mayoristas crecieron y sus márgenes brutos pasaron de 33,9% en 2020 a 35,4% en 2021, mientras que los márgenes de ganancias operativas se incrementaron de 4,9% a 6,7%. ([Retail Insider](#))

Los tres principales exportadores a Canadá en el rubro de la confección siguen siendo China, Bangladesh y Vietnam. Estos países han mantenido estratégicamente su porción del mercado al ofrecer precios competitivos y calidad con interrupciones mínimas en la cadena de distribución. Las tendencias emergentes en el sector canadiense de la confección incluyen las siguientes:

- Popularidad de las prendas modeladoras. Las prendas modeladoras se han vuelto cada vez más populares en el mercado canadiense, impulsadas por marcas como Knix, Spanx y Skims. Esta tendencia se alinea con el movimiento de aceptación del cuerpo que reconoce las curvas naturales y cuenta con el apoyo e impulso de diversos famosos.
- Comodidad de género neutral. La popularidad de las prendas de género neutro está transformando la industria de la moda, al proponer opciones inclusivas para hombres, mujeres y personas no binarias. Este cambio fue impulsado por la pandemia y el teletrabajo, y se enfoca en la comodidad y la practicidad.
- Mezcilla. Esta tela sigue constituyendo un básico del mercado canadiense, en razón de su durabilidad y sostenibilidad. La creciente demanda de opciones respetuosas del medio ambiente genera oportunidades para que los fabricantes inviertan en mezcilla reciclada y algodón orgánico. Dado que los consumidores cada vez priorizan más la sostenibilidad, el papel icónico de la mezcilla, incluida aquí la '[Canadian Tux](#),' sigue constituyéndose como una opción versátil e imprecedera.

- Innovación - Prendas virtuales. Las innovaciones informáticas como CLO 3D y Myr siguen revolucionando la industria de la confección, al ofrecer diseño, realización de prototipos y producción digitales. Estas herramientas reducen significativamente la necesidad de muestras físicas, reduciendo así las emisiones de carbono y los desechos.

La industria de la confección en Canadá se enfrenta actualmente a un panorama complejo, con ventas fluctuantes, cambios en las preferencias de los consumidores y tendencias emergentes. Si bien es cierto que ello implica constantes desafíos, el sector está preparado para la recuperación y el crecimiento mediante la innovación, la sostenibilidad y el posicionamiento estratégico en el mercado.

El documento informativo sobre el mercado estará disponible en línea partir del 7 de octubre en el sitio web de TFO Canada en inglés, francés y español. Acceda al documento completo a través de su cuenta.

Algunas de las instituciones de apoyo al comercio involucradas



Actualizaciones del programa

TFO Canadá, en colaboración con nuestras Instituciones de Apoyo al Comercio o TSI (por sus siglas en inglés) y otros socios, ha trabajado arduamente en el tercer trimestre de 2024, apoyando a PyMEs de África, Asia y América Latina para que alcancen sus metas de exportación. Prepárese para conocer los prometedores eventos desarrollados hasta ahora y descubrir lo que nos depara el futuro.

Disfrute su lectura!

Fomento de Capacidades y Desarrollo de Destrezas

La misión de TFO Canadá es empoderar a las PyMEs y a las TSI en países en desarrollo, además de dotarlas con el conocimiento y las destrezas que necesitan para tener éxito en el ámbito del comercio internacional. TFO Canadá opera en países en toda América Latina y el Caribe, el Medio Oriente, África y Asia, con el objeto de promover la igualdad de género y la inclusión social, así como de hacer frente a los desafíos derivados del cambio climático y las consideraciones de tipo ambiental, al tiempo que contribuye a transformar progresivamente las vidas de las personas y las comunidades.

Nuestro equipo en acción:

Creación de nuevo equipo de capacitadores en materia de comercio. Jordania, julio de 2024

El proyecto de plataforma de exportación "Export Launchpad Jordan (ELJ)", activado el 7 de mayo de 2024, apunta a empoderar a las PyMEs de Jordania para que aprovechen oportunidades comerciales internacionales y contribuyan al desarrollo económico sostenible y a la generación de empleo. Este programa, que fue fundado por la Corporación Internacional de Finanzas del Comercio Islámico (ITFC, por sus siglas en inglés) del grupo del Banco Islámico de Desarrollo (IsDB, por sus siglas en inglés) en el marco de la iniciativa Ayuda para el Comercio para los Estados Árabes (AFTIAS, por sus siglas en inglés), así como de Asunto Globales Canadá (GAC, por sus siglas en inglés), mediante su proyecto *Mujeres en el*

Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT, por sus siglas en inglés), se ejecuta en alianza con la Corporación Jordana de Desarrollo Empresarial (JEDCO, por sus siglas en inglés) y se orienta a facilitar capacitación en comercio y servicios de asistencia a la exportación para PyMEs y exportadores potenciales en Jordania. Esta iniciativa se enfoca principalmente en los sectores de los cosméticos y los alimentos procesados en el Mar Muerto, y empodera a PyMEs propiedad o dirigidas por mujeres para que aprovechen las ventajas del Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Jordania, además de otras oportunidades ofrecidas por mercados internacionales.

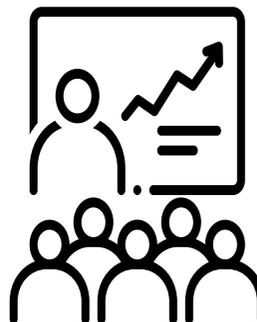
El primer componente de este proyecto se concluyó en julio de 2024 e involucró el desarrollo y entrega de un programa de capacitación en exportación con un enfoque de "formación de formadores" (ToT) dirigido a 27 nuevos capacitadores (11 hombres y 16 mujeres) provenientes de 11 Instituciones de apoyo al comercio o TSI / Organizaciones de promoción del comercio (TPO) / Organizaciones de apoyo empresarial (BSO) de Jordania, además de que se capacitó a 39 nuevas PyMEs (18 de ellas encabezadas por mujeres). Al participar en la plataforma ELJ, las PyMEs se dotaron de todas las herramientas y capacidades necesarias para enfrentarse a mercados globales y hacerse de un futuro más prometedor, para ellas mismas y sus comunidades.és.

27
Representantes
16 Mujeres

De Instituciones de Apoyo al Comercio completaron la formación

39 PyMEs
Jordanas
18 dirigidas por mujeres

Equipadas con herramientas y capacidades para triunfar en el mercado mundial



Programa del Comprador principal (Lead Buyer) en Burkina Faso, Costa de Marfil, Etiopía y Madagascar

TFO Canadá está llevando adelante el programa Lead Buyer, una iniciativa del proyecto WIT, en Burkina Faso, Costa de Marfil, Etiopía y Madagascar, en colaboración con la Cámara de Comercio y de la Industria de Burkina Faso (CCI-BF), la agencia de las PyMEs en Costa de Marfil (CI-PME), la Cámara de Comercio y de la Industria de Antananarivo (CCIA) y el Centro para el empoderamiento económico acelerado de las (CAWEE). El programa enlazó a 8 PyMEs lideradas por mujeres de cada país con 2 importadores canadienses, quienes fungen como mentores de dichas PyMEs por espacio de 3 meses con el objeto de ayudarlas a adaptarse y mejorar sus productos para el mercado canadiense.



Seminario web: Plan de control preventivo. Cumplimiento con los requerimientos canadienses

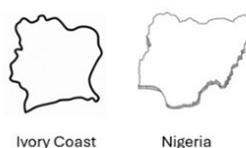
El 11 de septiembre de 2024, TFO Canadá organizó un seminario web llamado "Plan de control preventivo. Cumplimiento con los requisitos canadienses". Dicho evento ofreció a los exportadores directrices respecto a la importancia de contar con un plan de control preventivo, sobre cómo realizar auditorías internas a los programas de seguridad de alimentos y sobre cómo comprender las políticas, procedimientos y registros para garantizar una equivalencia con respecto a las regulaciones canadienses. A dicho evento asistieron 27 mujeres y 24 hombres en representación de 51 PyMEs del sector agroalimentario en Asia, África y América Latina. Asimismo, participaron 2 representantes de distintas TSI y 4 representantes de embajadas en América Latina, Asia y África.

Mejorar la preparación para la exportación de las PyMEs exportadoras en Haití, Burkina Faso, Costa de Marfil y Nigeria

En julio de 2024, TFO Canadá, en alianza con la Cámara de Comercio de Mujeres Empresarias de Haití (CCFEH, por sus siglas en francés), ofreció una capacitación técnica sobre preparación para la exportación a 33 pequeñas y medianas empresas (PyMEs) lideradas por mujeres en el sector agroalimentario. Esta capacitación constituyó una excelente oportunidad para que el personal de la CCFEH aplicara los conocimientos recientemente adquiridos en el programa de capacitación de formación de formadores (ToT) en el marco del proyecto WIT.

También se dictaron capacitaciones adicionales en materia de medioambiente y cambio climático, prácticas empresariales responsables y empaquetado y logística (en específico, en el papel de los transportistas y agentes de aduanas) dirigidas a 32 PyMEs (22 de ellas, lideradas por mujeres) en Burkina Faso; 35 PyMEs (20 lideradas por mujeres) en Costa de Marfil y 40 PyMEs (38 de ellas lideradas por mujeres) en el sector agroalimentario de Nigeria, las cuales contaron con el apoyo de la Cámara de Comercio y de la Industria de Burkina Faso (CCI-FB), la Agencia de las PyMEs en Costa de Marfil y la Cámara de Comercio de Abuja, respectivamente.

El conocimiento adquirido les permitirá a las PyMEs prepararse mejor para insertarse en los mercados internacionales y desarrollar sus actividades del plan de exportación de forma estructurada y eficiente. En especial, las PyMEs tendrán la oportunidad de analizar su situación actual y tomar las medidas apropiadas para aprovechar el potencial de los mercados internacionales.



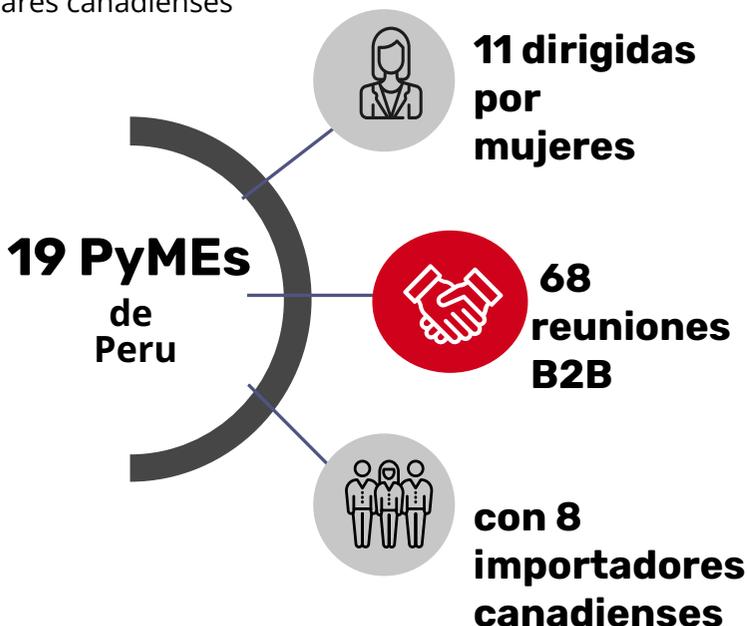
Actividades de Acceso al Mercado

TFO Canadá Brinda apoyo integral a PyMEs de países en desarrollo que aspiran insertarse en nuevos mercados. Mediante un apalancamiento de la experticia en las áreas de la investigación de la industria, las estrategias de inserción, eventos de promoción comercial y oportunidades de trabajo en red, apoyamos a las PyMEs en su abordaje de las complejidades del comercio internacional y a maximizar su potencial de crecimiento.

Misión de compradores canadienses del sector agroalimentario. Perú, septiembre de 2024

TFO Canadá encabezó una Misión de compradores canadienses a Lima, Perú, realizada entre el 23 y 25 de septiembre, en colaboración con PromPeru. La delegación participó en un taller alimentario donde los miembros de la misión aprendieron sobre la oferta peruana (ingredientes y productos). Se realizaron más de 69 reuniones de formato B2B entre ocho importadores canadienses y 19 PyMEs peruanas, las cuales abrieron caminos comerciales nuevos y presentaron ofertas de productos.

La delegación también participó en Expoalimentaria, una de las ferias comerciales de alimentos y bebidas más importantes en América Latina, y la principal plataforma empresarial que se ofrece como punto de encuentro. En el plazo de los siguientes 12 meses, se estiman ventas por exportación que ascenderían a más de 1,63 millones de dólares canadienses



Reunión de negocio B2B entre la exportadora peruana Quillacaa y la importadora canadiense Zazubean Organic en el Retail Week, Lima, Peru, septiembre 2024.

Preparación para misiones comerciales

Con apoyo de las TSI, TFO Canadá ha evaluado detalladamente, además de orientado y seleccionado, a un grupo de PyMEs de diversos sectores para que participen en diversas actividades de acceso al mercado a realizarse en los meses venideros. Se capacitó a un total de **61 PyMEs** de Vietnam, Jordania y Zambia de los sectores agroalimentario, la confección y los cosméticos, en áreas clave como cumplimiento de regulaciones, mejoramiento de capacidades productivas y desarrollo de estrategias de inserción en el mercado internacional, con miras a su participación en misiones comerciales que apuntalan a los mercados canadiense y surafricano.



61 PyMEs

40 PyMEs del sector agro-alimentario

6 PyMEs del sector de vestimenta

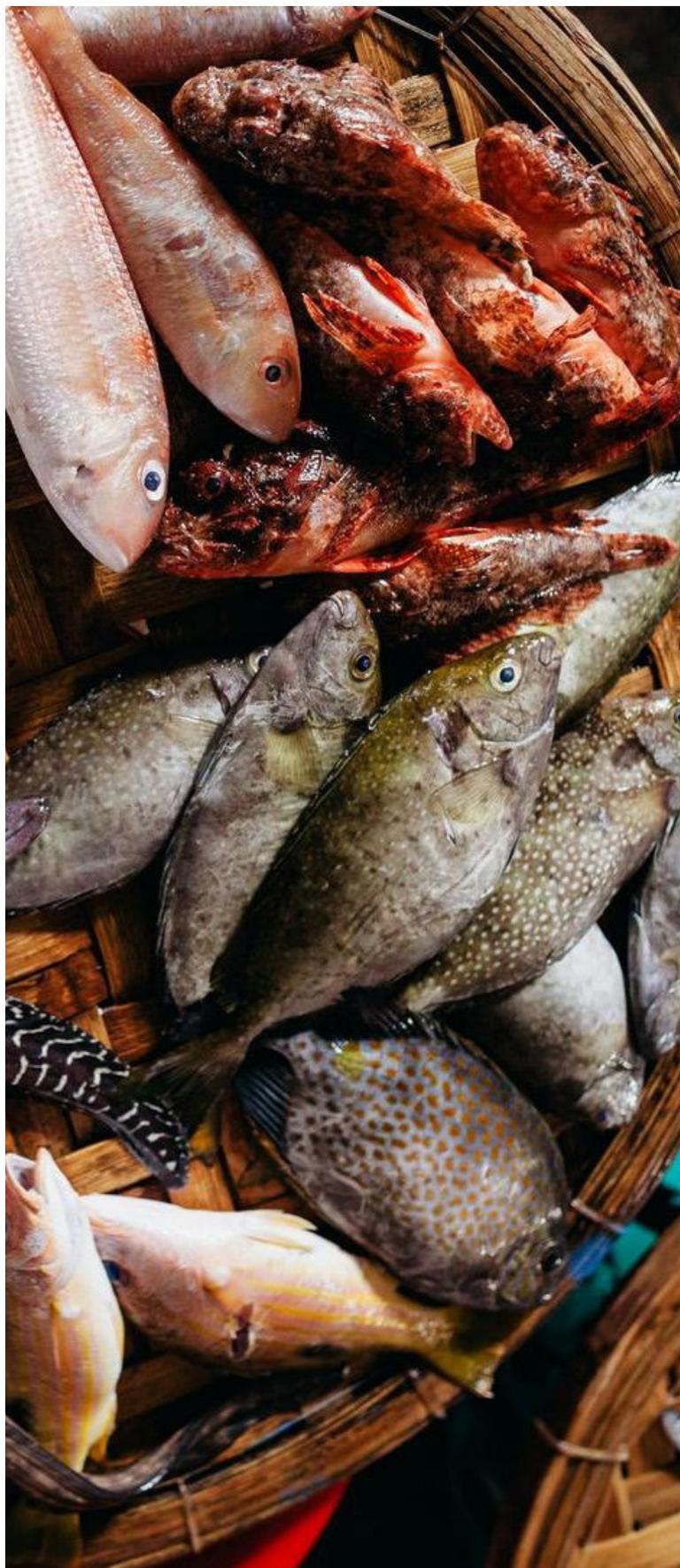
15 PyMEs del sector de cosméticos

Preparadas en áreas clave

Facilitación del Comercio

Mejoramiento de la gestión de riesgos en el Sistema de control e inspección de importaciones en la Agencia indonesia de Cuarentena e Inspección de peces

Como socio instrumentador de la Alianza Global para la Facilitación del Comercio (la Alianza), TFO Canadá concluyó con éxito la ejecución de un proyecto de facilitación del comercio en Indonesia ([Mejoramiento de la gestión de riesgos | Alianza Global para la Facilitación del Comercio](#)) en agosto de 2024. El objetivo del proyecto fue mejorar la gestión de riesgos en el sistema de control e inspecciones de importaciones para productos de pesca y asociados aplicado por las autoridades competentes de Indonesia. A saber: la Agencia de Garantía de Calidad Marina y Pesquera de Indonesia (MFQAA, por sus siglas en inglés) del Ministerio de Asuntos Marinos y de la Pesca (MMAF) y la Agencia de Cuarentena de Indonesia (IQA, por sus siglas en inglés). Esta mejora será posible gracias al establecimiento de la validación previa a la entrada por frontera, el mejoramiento de la inspección en frontera y el establecimiento de un sistema de supervisión posterior al ingreso por frontera/en mercado, basado en las consideraciones de riesgos en materia de Seguridad y Calidad Alimentarias (FSQ) y Bioseguridad y Enfermedades de Peces (BS/FD), además del Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP). El componente final de este proyecto fue un taller estratégico (5 al 7 de agosto de 2024) destinado a evaluar el estado de instrumentación del sistema revisado de gestión de riesgos y a formular recomendaciones para una puesta en marcha más eficaz y sostenible del sistema revisado de gestión de riesgos.



Café Utake: Éxito de Fabricación en el Mercado Global

Con el apoyo de TFO Canadá, empresas como Utake Coffee Limited se están dotando de las herramientas y están alcanzando la exposición internacional necesaria para triunfar en los mercados globales y para superar los retos que implica expandirse internacionalmente. En el marco del proyecto WIT, TFO Canadá está ayudando a PyMEs encabezadas por mujeres, como es el caso de Utake Coffee, a superar los desafíos de la internacionalización.

Utake Coffee, fundada en 2018 en el área de Nairobi, Kenia, es una compañía propiedad de mujeres y reconocida por su café keniano de alta calidad y por su compromiso con la sostenibilidad. Bajo la dirección de Mbula Musau, esta compañía ha evolucionado rápidamente de ser un proveedor local a un exportador internacional. El éxito de Utake Coffee se basa en su enfoque en la sostenibilidad y en sus prácticas sociales y de gobernanza. La compañía ha invertido recursos significativos en la investigación y desarrollo.

En 2022, la compañía lanzó su empaque de goteo Specialty Kenyan Coffee, un producto respetuoso con el medioambiente, biodegradable y que ha sido alabado por su conveniencia y sostenibilidad. Esta innovación le hizo acreedor a Utake Coffee del Premio de Sostenibilidad 2023 en la edición de ese año de los premios Kenya Beverage. “Esto significa que no solamente comerciamos café, sino que también estamos recompensando a los productores porque les pagamos más del precio promedio y con ellos contribuimos a que tanto los productores como sus familias cumplan con sus aspiraciones”. Son las palabras de Mbula Musau, directora general de Utake Coffee. En pocas palabras, Utake garantiza una compensación justa a los productores, toda vez que promueve la elaboración de productos respetuosos del medioambiente.

Si bien el enfoque de Utake Coffee en la sostenibilidad y la innovación es el centro de su misión, la expansión global de la compañía no habría sido posible sin el apoyo de TFO Canadá. Mediante su programa Mujeres en el Comercio, TFO Canadá le otorgó a Utake Coffee orientación y recursos para enfrentarse a las complejidades del comercio internacional. La compañía exporta a los mercados de Estados Unidos, China y Alemania desde 2018. Pero uno de sus momentos cumbre llegó en mayo de 2024, cuando Utake participó en la feria SIAL 2024 en Montreal, lo cual constituyó una plataforma crucial para la expansión de la empresa al mercado canadiense.

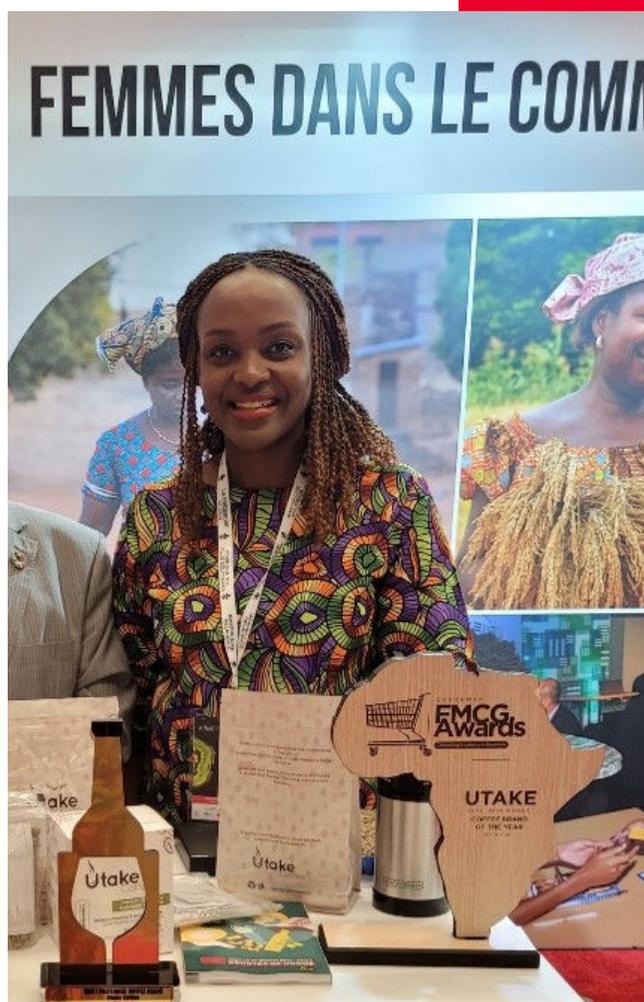
Al reflexionar sobre lo que ha sido su experiencia, Mbula afirma: “Agradecemos a TFO Canadá por ofrecernos la oportunidad de participar en la SIAL de 2024 para promocionar nuestro café de especialidad de Kenia. Este evento nos permitirá penetrar en el mercado canadiense y garantizar la disponibilidad de nuestro producto a gran escala. Agradecemos el acompañamiento y las alianzas, elementos verdaderamente esenciales para garantizar el éxito de esta noble misión”. En menos de tres meses, Utake logró vender 17 000 dólares en productos en el mercado canadiense.

Sin embargo, insertarse en el mercado canadiense no está exento de dificultades. La diversidad de preferencias de los consumidores en este país exigió a Utake ajustar con cuidado sus estrategias de mercadeo y ofertas de producto para atender a las demandas de los diferentes segmentos del mercado. Comprender las diferencias culturales y las conductas a la hora de comprar llevaron a Utake por una pronunciada curva de aprendizaje, que incluyó aciertos y errores, mientras refinaban sus productos y ajustaban su enfoque de mercado. Para apoyar a

Utake a comprender mejor el mercado canadiense y para adaptar sus productos a las demandas y tendencias del mercado, se seleccionó a la compañía para aprovechar una beca de maestría en Estudios de Entrada al Mercado, a desarrollarse con el apoyo de TFO Canadá y la Universidad de Concordia.

Gracias a la exposición y las conexiones concretadas gracias al apoyo de TFO Canadá, Utake Coffee ha sentado bases sólidas para un crecimiento sostenible en el mercado canadiense. El compromiso de la empresa con la excelencia, tanto en términos de calidad del producto como respecto a la gestión ambiental, es el núcleo de su éxito. En una perspectiva hacia el futuro, Utake Coffee espera incrementar la producción de sus innovadores empaques de café de goteo, al tiempo que reduce su huella de carbono y consolida sus operaciones para mejorar la eficiencia.

Al apegarse a sus valores centrales de calidad, sostenibilidad y empoderamiento, Utake Coffee se enruta exitosamente hacia el liderazgo global en la industria del café de especialidad, con base en una premisa esencial: "¡Café que empodera!" !»



Mbula Musau, Director Ejecutivo y dueña de Café Utake en SIAL Canada, Mayo 2024



www.tfocanada.ca
info@tfocanada.ca

TFO CTFO 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 Asuntos Mundiales Canadá.