

# EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

**Acortando Distancias, Rompiendo Barreras:**  
Resultados del proyecto Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible.

## Contenido

Mensaje del Director Ejecutivo

La Importancia de la Participación de las Mujeres en el Comercio: Superar los Desafíos para el Empoderamiento Económico

Access Canada: Una Guía para exportar a Canadá

Actualizaciones del Programa: Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible

EtouNature: una empresa de productos naturales que impulsa su crecimiento con exportaciones

Shanantina: Valores fundamentales y Sostenibilidad: las Piedras Angulares de esta Empresa Peruana en Expansión



# Mensaje del Director ejecutivo

## A cinco años del proyecto “Mujeres en Comercio para el Crecimiento Inclusivo y Sostenible”

Esta edición del boletín *Exportaciones a Canadá* está dedicada a la iniciativa insignia de TFO Canadá en los últimos cinco años. Siendo la mayor parte de su financiamiento procedente de Asuntos Globales Canadá, el proyecto *Mujeres en el comercio para un crecimiento inclusivo y sustentable* ha sido una colaboración de gran repercusión en la que han participado diversos actores de 23 países en desarrollo de América Latina y el Caribe, África, Asia y Medio Oriente.

Las mujeres empresarias de los países en desarrollo se enfrentan a importantes desafíos a la hora de expandir sus negocios a mercados extranjeros. Obstáculos como el acceso limitado al financiamiento, políticas comerciales restrictivas, barreras culturales y falta de conocimiento sobre el mercado a menudo dificultan su capacidad para exportar. Sin embargo, brindar apoyo a estas mujeres en el comercio mundial no es solo una necesidad económica, sino una poderosa herramienta para el desarrollo sustentable y el crecimiento económico a nivel mundial. Esto es lo que principalmente ha motivado la labor de TFO Canadá en los últimos años.

Las pequeñas y medianas empresas (PyME) son, por mucho, consideradas los motores del crecimiento económico, gracias a su impacto proporcionalmente mayor respecto a la creación de empleos. Se sabe, además, que las empresas dirigidas por mujeres contribuyen de manera sustancial con las economías locales. Una vez que dichas empresas acceden a los mercados internacionales, generan puestos de trabajo, mejoran los niveles de ingresos y fomentan la estabilidad económica en sus comunidades. De hecho, hay estudios que demuestran que las mujeres reinvierten hasta 90% de sus ingresos en sus familias y comunidades, lo que se traduce en beneficios socioeconómicos a mayor plazo gracias al desarrollo económico inclusivo.

Las plataformas de comercio electrónico y digital ofrecen grandes oportunidades a las mujeres empresarias, quienes al aprovechar los mercados en línea, las redes sociales y los sistemas digitales de pago, logran superar las limitaciones geográficas y logísticas. Proporcionar

formación digital y garantizar el acceso a infraestructura de internet confiable puede empoderar a las mujeres empresarias para la expansión de sus negocios más allá de los mercados locales.

El apoyo a las empresarias de países en desarrollo en la exportación a mercados extranjeros es crucial para la economía mundial. Si abordamos las barreras financieras, normativas y digitales, podremos activar todo el potencial de las mujeres en el comercio, promoviendo un crecimiento económico inclusivo y sustentable.

En los últimos años, la labor de TFO Canadá se ha centrado en muchas de las oportunidades y desafíos que se describen en este artículo. Ha sido un privilegio trabajar con socios, socias y actores tan dedicados que han contribuido al crecimiento económico inclusivo y sustentable de muchas empresas dirigidas por mujeres en todo el mundo.



Steve Tipman  
Director Ejecutivo  
TFO Canada



Las empresas propiedad de mujeres deben aprovechar las asociaciones y los programas comerciales adaptados a las empresarias, además de explotar el mercadeo digital para llegar a los mercados internacionales, y también deben considerar establecer sociedades con distribuidores locales. Es necesario mantenerse al día respecto a las regulaciones comerciales y los matices culturales a fin de garantizar transacciones sin problemas y construir relaciones duraderas

# La Importancia de la Participación de las Mujeres en el Comercio: Superar los Desafíos para el Empoderamiento Económico.

Por Janin Mendoza, Gerente de Proyectos de TFO Canadá, y Haydée Martínez de Osorio, Asociada de TFO Canadá

Si bien el empoderamiento económico femenino es esencial para materializar los derechos de las mujeres y la igualdad de género, es igualmente importante aumentar la diversificación económica y los ingresos para fomentar el crecimiento económico sostenible y la prosperidad compartida.

Según el Banco Mundial: “La reducción de las brechas de género en áreas como el empleo y el emprendimiento podría incrementar el producto interno bruto en 20% a nivel mundial”. Lo anterior es una razón de peso para que los gobiernos, las empresas y los particulares se centren en aumentar las oportunidades abiertas a las mujeres en el ámbito económico. El Foro Económico Mundial subraya, además, que las empresas manejadas por mujeres tienen el poder de reducir la pobreza, estimular la creación de empleos, impulsar la innovación y contribuir a construir comunidades más seguras, ecológicas y dinámicas. Dichas empresas dirigidas por mujeres son transformadoras y actúan como fuerzas regeneradoras, aportando estabilidad y crecimiento a las economías locales. Muchos estudios demuestran que las mujeres tienen más probabilidades que los hombres de invertir una parte significativa de sus ingresos en la educación de sus hijos, lo que permite romper el ciclo de la pobreza y genera beneficios a largo plazo para comunidades enteras.

## ¿Por qué es importante la participación de las mujeres en las empresas y en el comercio internacional?

Aumentar la participación de las mujeres en las empresas, especialmente en el comercio, no es solo una cuestión ética o social, sino una necesidad económica. Las mujeres aportan perspectivas únicas, habilidades y soluciones innovadoras que contribuyen a la expansión del mercado y a prácticas empresariales sostenibles. Las investigaciones demuestran que si las mujeres participaran “de forma idéntica a los hombres” en las iniciativas empresariales y comerciales, la economía mundial podría experimentar una expansión de hasta 28 billones de dólares para 2025. Este nivel de crecimiento económico beneficiaría a todos, ya que la participación de las mujeres ayuda a reducir las desigualdades de ingreso, diversificar las industrias y promover modelos de crecimiento más inclusivos.

Además, las empresas con mayor diversidad de género tienden a obtener mejores resultados por su capacidad de innovar y adaptarse más eficazmente a las condiciones cambiantes del mercado. La participación de las mujeres conduce a una toma de decisiones más equilibrada, a una mayor colaboración y a la identificación de nuevas oportunidades, todo lo cual contribuye al desarrollo económico general y a la prosperidad de sus comunidades.

## Desafíos para superar los obstáculos a la participación económica de las mujeres

01

Acceso a  
financiamiento

Pese a estos claros beneficios, muchas mujeres aún se enfrentan a importantes barreras en su camino hacia el empoderamiento económico, las cuales dificultan su capacidad para contribuir y beneficiarse plenamente del comercio mundial, limitando así su potencial y el crecimiento económico más amplio de sus regiones y países.

02

Normas  
culturales y  
sociales

Algunos de los desafíos más importantes que enfrentan las mujeres incluyen i) el acceso a financiamiento; ii) las normas culturales y sociales; iii) las barreras legales; iv) la falta de mentorías y redes de trabajo y v) la falta de competencias digitales para utilizar eficazmente las plataformas y servicios en línea, y el costo del uso de las tecnologías digitales.

03

Barreras  
legales

Aunque los desafíos son considerables, son muchas las maneras de abordarlos y crear un ambiente que les permita a las mujeres prosperar en el área empresarial y en el comercio. Algunas medidas clave son:

04

Falta de  
mentoría y  
redes de trabajo

1. **Expansión del acceso al financiamiento:** las mujeres se enfrentan a barreras para acceder a créditos, préstamos y oportunidades de inversión, lo que impide su crecimiento empresarial y su participación plena en el comercio mundial. Las instituciones financieras deben adaptar sus servicios a las necesidades de las mujeres exportadorasl.

05

Tecnologías  
Digitales

2. **Promoción de políticas con enfoque de género:** En muchas sociedades, los roles tradicionales de género pueden limitar las oportunidades de toma de decisiones de las

mujeres y restringir su capacidad para participar en actividades económicas, en particular aquellas que requieren compromisos en el extranjero. Estas barreras culturales siguen siendo un obstáculo importante para la plena participación de las mujeres en el comercio y para el disfrute de los derechos humanos. Los gobiernos y los organismos internacionales deben eliminar las barreras legales y culturales que obstaculizan la participación de las mujeres en el comercio, mientras

que la igualdad de género debe incluirse en las estrategias económicas, las políticas laborales y los acuerdos comerciales. Las Instituciones de Apoyo al Comercio (TSI) también deben aplicar políticas y servicios con enfoque de género y adaptados a las PyMEs.

**3. Desarrollo y fortalecimiento de capacidades:** Las mujeres que se dedican al comercio no suelen tener acceso a conocimientos esenciales, mentorías, redes de trabajo y oportunidades de negocios, tan fundamentales para el éxito. Sin orientación, recursos ni conexiones, las mujeres se enfrentan a más dificultades para ampliar sus negocios y acceder a nuevas oportunidades comerciales. Ofrecer programas de formación centrados en habilidades comerciales, tecnología digital, gestión empresarial y desarrollo del liderazgo es un paso crucial para empoderar a las mujeres. Los programas de formación en técnicas comerciales, gestión empresarial, liderazgo y redes de mentoría de apoyo son clave para empoderar a las mujeres en el contexto del comercio mundial.

**4. Fomento de regulaciones y acuerdos comerciales inclusivos:** En algunas regiones, las leyes y regulaciones perjudican de manera desproporcionada a las mujeres, al crear obstáculos legales que restringen su libertad empresarial y limitan su acceso al comercio. Estos desafíos legales y de políticas deben abordarse si se quiere permitir que las mujeres compitan en igualdad de condiciones con sus homólogos masculinos. Los acuerdos comerciales y las políticas comerciales internacionales deben incluir consideraciones de género y promover activamente políticas que aumenten la participación económica de las mujeres. Con un foco en la inclusión, los acuerdos comerciales pueden fomentar entornos que favorezcan el espíritu empresarial y el liderazgo de las mujeres.

### El papel de TFO Canadá en el fomento del empoderamiento económico de las mujeres

Con el foco puesto en derribar las barreras a las que se enfrentan las mujeres en el comercio, TFO Canadá ha apoyado a más de 3300 empresas dirigidas por mujeres y allanado el camino para su ingreso al mercado mundial. Sin embargo, TFO Canadá reconoce que aún queda mucho por hacer. Para la participación plena de las mujeres en la empresa y el comercio, es crucial abordar los temas del cuidado infantil asequible, la formación específica por sector, la inclusión financiera y el empleo estable. TFO Canadá se ha comprometido a promover estas causas, con el objetivo de crear una economía mundial más inclusiva en la que las personas, independientemente de su género, puedan prosperar y así garantizar un futuro más equitativo.



## Access Canada: Una Guía para exportar a Canadá

Por Beverley Rodrigues, Asociada de TFO Canadá.



TFO Canadá se complace en anunciar la publicación de *Access Canada. Guía para la exportación a Canadá*, un recurso integral diseñado para ayudar a las PyMEs a navegar el mercado canadiense. Esta última edición incluye datos actualizados, con aportes adicionales en materia demográfica y económica sobre Canadá, basados en estadísticas disponibles.

La guía comprende 15 capítulos actualizados, en los que se muestran los principales eventos y temas más recientes, como las tendencias económicas, la evolución del comportamiento de los consumidores, la normativa aduanera, las regulaciones en materia alimentarias y las crecientes oportunidades que ofrecen los mercados étnicos canadienses en expansión. En particular, esta edición presenta los siguientes tres nuevos capítulos:

- Responsabilidad social empresarial y criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG). Información sobre las expectativas de los compradores y las medidas que deben adoptar las PyME para seguir siendo competitivas.
- Tecnología digital. Descripción de la creciente digitalización del mercado canadiense y el cambio de comportamiento de los consumidores respecto a las compras en línea.
- Cambio climático. Abordaje de temas de seguridad alimentaria, interrupciones en la cadena de suministros y estrategias prácticas para la reducción de riesgos.

Esta guía contiene referencias, enlaces y recursos que permiten profundizar en la comprensión del acceso al mercado canadiense. Puede utilizarse como herramienta independiente o junto con los [documentos de información de mercado](#), [webinars](#) y otros materiales educativos de TFO Canadá disponibles en nuestra [plataforma de aprendizaje](#). Le invitamos a aprovechar al máximo estos valiosos recursos para potenciar el éxito en sus exportaciones hacia Canadá.

[Regístrese](#) en TFO Canadá para tener acceso ilimitado total a nuestra gama de servicios para proveedores, compradores, exportadores y organismos de apoyo que operan en el mercado canadiense.

*Esta guía estará disponible en línea en inglés, francés y español en el sitio web de TFO Canadá a partir del 1 de abril. [Acceda al documento completo](#) a través de su cuenta.*

# Muchas gracias a todas nuestras Instituciones de Apoyo al Comercio aliadas en la implementación del Proyecto Mujeres en Comercio



# Actualizaciones del programa

Bienvenidos a esta edición especial de nuestro boletín, dedicada al proyecto *Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible* (WIT). En este número, exploramos el impacto que ha tenido el proyecto en las Instituciones de Apoyo al Comercio (TSI) y en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), especialmente en aquellas dirigidas por mujeres (WLSME, por sus siglas en inglés) en países en desarrollo, respecto a la consecución de sus objetivos de exportación. A la luz de los esfuerzos conjuntos, se destaca el papel del proyecto en la reducción de las brechas de género en el comercio, el empoderamiento de las mujeres empresarias y el fomento del crecimiento económico inclusivo en los mercados internacionales. Le invitamos a compartir historias inspiradoras y reflexiones que muestran los cambios positivos que se están produciendo.

Disfrute la lectura!

## Proyecto Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT)

El proyecto WIT se propuso fomentar el crecimiento inclusivo y sustentable al empoderar a mujeres de países en desarrollo para una participación más activa en el comercio internacional. Centrado en aumentar la participación de las exportadoras e impulsar la cuota en exportación de las pequeñas y medianas empresas (PyME) dirigidas por mujeres, el proyecto WIT desarrolló capacidades y creó oportunidades de participación en actividades de acceso al mercado. Al impulsar el crecimiento de las exportaciones de estas empresas, el proyecto contribuyó al desarrollo económico y a la reducción de la pobreza, mediante la generación de empleos y la creación de un efecto multiplicador positivo en todas las cadenas de valor.

En asociación con TSI de 23 países en desarrollo y países menos desarrollados (PMD) de África, Asia, Medio Oriente, América Latina y el Caribe, el proyecto **abordó las principales limitaciones a las que se enfrentan las mujeres exportadoras, como la falta de conocimientos sobre el mercado, de habilidades, de recursos y redes de trabajo para acceder al comercio mundial, así como su escasa participación como miembros y líderes de las TSI.**

Tres mecanismos innovadores destinados específicamente a las mujeres exportadoras del África subsahariana permitió ponerse en contacto con compradores y ampliar sus redes:



## Proyecto WIT en cifras

 5 1/2 años

 Proyecto de \$14.6 MM.  
Asuntos Globales Canadá: \$11.7 MM - 50% asignado al África Subsahariana.  
TFO Canada y socios: \$2.9 MM

 23 países

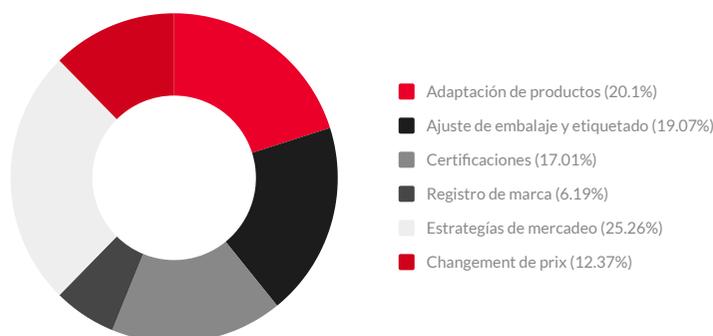
 Agroalimentario (frutas y verduras frescas y alimentos procesados), decoración y artesanías para el hogar, confección y textiles y tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

 **553** PyMEs (**364** dirigidas por mujeres) generaron ventas de exportación exitosas por un monto de CAD **\$19.94 MM (\$5.5 MM** por empresas dirigidas por mujeres) - **78** de ellas (**49** dirigidas por mujeres) **exportaron por primera vez.**

 **2689** empleos creados - **1989** ocupados por mujeres

Las PyME declararon haber invertido en el crecimiento y la sostenibilidad de sus empresas a través de medidas como la adopción de nuevas tecnologías para aumentar la productividad, entre otras acciones.

Medidas adoptadas por las PyMEs para mejorar su competitividad



# Historia de cambio

## Jute Land: empoderamiento de las mujeres y fomento del crecimiento sustentable

Jute Land es una PyME dirigida por mujeres y con sede en Daka que ha experimentado un importante crecimiento a lo largo de 15 años en el sector de la decoración del hogar, gracias a la formación y el apoyo recibidos durante su participación en el proyecto WIT, que impulsó sus ingresos por exportación. Al reinvertir en su mano de obra con una mejora de salarios y la creación de 300 nuevos puestos de trabajo (100% ocupados por mujeres), la empresa también ha priorizado la sostenibilidad, formando la alianza "Bangladés Sostenible" para el abastecimiento de grandes compradores como Walmart y Target. Igualmente, la empresa ha mejorado sus prácticas laborales, incluidos salarios justos y permisos maternales, y ha transformado su marca para adaptarse mejor a los gustos occidentales. Gracias a estos esfuerzos, Jute Land ha ganado fuerza en la investigación de mercado y la captación de clientes, generando 500.000 dólares adicionales en ingresos por exportación, fortaleciendo así su posición en el mercado mundial.

[Lea más](#) sobre cómo Jute Land está transformando su negocio y empoderando a las mujeres mediante prácticas sostenibles y expansión internacional.

## Desarrollo de Capacidades y Competencias

La misión de TFO Canadá es empoderar a las PyME y las TSI de países en desarrollo, dotándolas de los conocimientos y destrezas necesarios para triunfar en el comercio internacional. TFO se centra en la promoción de la igualdad de género y la inclusión social, así como en el abordaje de los desafíos que plantean el cambio climático y las consideraciones en materia medioambiental.

**2,645** PyMEs recibieron formación en preparación para la exportación.

**1,726** de ellas son empresas dirigidas por mujeres.

**1,092** PyMEs recibieron formación en áreas técnicas como cambio climático y a responsabilidad social empresarial (RSE), comercio electrónico y mercadeo digital).

**749** de ellas son empresas dirigidas por mujeres

**990** PyMEs declararon haber mejorado su preparación para la exportación.

**732** de ellas indicaron haber desarrollado nuevos planes de exportación o mejorado los existentes para incluir estrategias medioambientales.



**264** representantes de las IAC (**150** mujeres) y **160** representantes comerciales de embajadas (**81** mujeres) completaron el programa de formación en exportaciones.

**Programa de Comprador Líder** en África Subsahariana:

**16** PyMEs dirigidas por mujeres se asociaron con **8** compradores canadienses quienes actúan como asesores para ayudar a las PyMEs a mejorar y adaptar sus productos en función de los requisitos del mercado canadiense.



**Programa de Exportadora Líder** en Nigeria y Kenia: **40** PyMEs dirigidas por mujeres se conectaron con **4** empresarias mentoras, quienes brindarán asesoría y orientación en diversas áreas relacionadas con el comercio y la exportación. Las áreas de apoyo comunes incluyen operación empresarial, la fijación de precios, investigación de mercado y penetración en el mercado.

A través del **Fondo para Mujeres Exportadoras (WEF)** las PyMEs en África Subsahariana



Adquirieron conocimientos y competencias especializada en temas de comercio internacional.



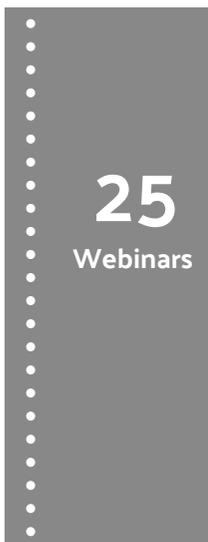
Ofrecieron nuevos productos



se vincularon a mujeres empresarias/ redes de promoción de exportaciones, conferencias y eventos

Otros servicios de apoyo al comercio son los siguientes:

- 5** sesiones sobre el acceso al mercado canadiense,
- 2** sesiones en materia de cumplimiento de regulaciones,
- 1** sesión sobre la "Presentación de los servicios en línea de TFO Canadá y Connect America",
- 2** sesiones sobre herramientas digitales,
- 3** sesiones sobre cadena de suministros y logística,
- 4** sesiones en materia de género,
- 1** sesión sobre la preparación para participar en eventos de exposición y
- 7** sesiones sobre la "Presentación de los servicios en línea de TFO Canadá" en inglés, francés y español.



Historias de éxito que muestran los elementos clave del éxito de estas PyME a la hora de introducirse en el mercado canadiense y otros mercados internacionales, como mecanismo de transferencia de conocimientos y desarrollo de capacidades.

20  
Historias de Éxito

70  
Publicaciones

- 46 boletines informativos para importadores canadienses, en inglés y francés
- 20 Boletines sobre exportaciones a Canadá, en inglés, francés y español.
- 4 Informes de impacto

internacional y a maximizar su potencial de crecimiento, mediante el fomento de su experticia en investigación industrial, estrategias de entrada al mercado, eventos de promoción comercial y oportunidades de creación de redes.



553  
PyMEs

Participaron en



28

Misiones Comerciales\*



364

dirigidas por mujeres



## Historia de cambio

### Busaino Fruits & Herbs. Empoderamiento de mujeres y expansión a los mercados mundiales

Busaino Fruits & Herbs es una empresa de Jinja (Uganda) dirigida por mujeres que ha avanzado considerablemente en la exportación de frutas y vegetales frescos tras participar en el proyecto WIT. Conocida por su enfoque agroecológico ante la degradación de la tierra y por ofrecer alimentos asequibles y ricos en nutrientes, esta empresa buscaba con afán la expansión internacional, pero aún no había logrado exportar sus productos. Gracias a su participación en el programa de formación a través del proyecto, desarrollaron una historia de negocios convincente, mejoraron su mercadeo y embalaje y perfeccionaron sus habilidades empresariales, especialmente en lo tocante a contratos y negociaciones. También hicieron la transición al mercadeo digital, lo que les permitió ampliar su alcance. Como resultado, han concretado un contrato a repetición de pedidos por 20 000 kg de yaca exportados mensualmente a los Países Bajos, lo que genera ingresos de 90 000 dólares canadienses. Este éxito se ha traducido en la creación de 45 nuevos puestos de trabajo, 30 de ellos ocupados por mujeres.

[Lea más](#) sobre el crecimiento y el impacto de Busaino Fruits & Herbs en los mercados mundiales.

## Actividades de Promoción del Comercio y Acceso a mercados

TFO Canadá prestó apoyo integral a PyME en países en desarrollo que buscan acceder a nuevos mercados, ayudándolas a sortear las complejidades del comercio

\*SIAL Paris 2022, Feria Internacional del Comercio de Maputo (FACIM 2022), NY Now 2022, salón SIAL Montreal 2022; Africa Big 7 2023, ANUGA 2023, Cosmoprof 2023, Asociación Canadiense de Comercialización de Productos (CPMA) 2023, Ghana Agrofood 2023, Exhibición Mundial de las Hortalizas, las Frutas y las Flores (GPFS) 2023, Exposición Internacional del Juego de Montreal (MIGS) 2023, Exposición Internacional de Agricultura y Recursos Animales (SARA) 2023, salón SIAL Canadá Toronto 2023, NY Now 2023; Evento Internacional de Comidas y Bebidas (IFE) 2024, salón SIAL Montreal 2024, Misión Comercial Virtual Colombia - Canadá en el Sector de Servicios de TI 2023; Misión Comercial Virtual Jordania-Canadá en el Sector de los Alimentos Procesados; Jordania - Misión de exportadores a Canadá del sector de los cosméticos en el Mar Muerto 2024; Colombia - Misión de exportadores a Canadá en el sector agroalimentario 2024; y misiones de compradores en África Oriental, Madagascar, Indonesia, Marruecos, Vietnam, Perú, Honduras y Zambia

A través del Fondo de Contrapartida para Mujeres Exportadoras (WEF), 30 PyMEs del África Subsahariana participaron en un evento independiente adicional de promoción de las exportaciones.

De las PyMEs que participaron en las actividades de acceso a mercados



49% establecieron contacto con nuevos compradores



30-40% de esos contactos mantienen negociaciones activas





16-20% recibieron un pedido inicial



10% recibieron al menos una orden repetida

La promoción de las actividades del proyecto se realizó por medio de las redes sociales, donde la cuenta de TFO Canadá obtuvo el siguiente número de seguidores:



## Historia de cambio

### APASEM Foods. Empoderamiento de las mujeres y expansión a los mercados mundiales

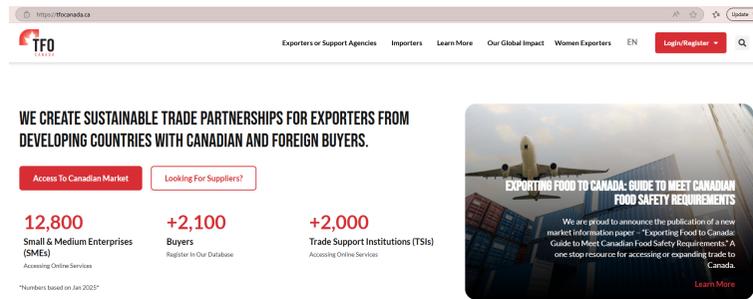
APASEM Foods es una asociación de mujeres productoras especializada en jengibre, cúrcuma y naranjas que no habían exportado sus productos antes de unirse al proyecto. Gracias a la formación recibida en preparación para la exportación, estrategias de mercadeo y negociación, el grupo de 30 miembros (20 de ellos mujeres) desarrolló un plan de exportación que perfeccionó su embalaje, etiquetado y selección de compradores. También crearon una página web profesional en la que destacan su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social, con lo que se posicionaron con fuerza en los mercados internacionales. Como resultado, APASEM Foods comenzó a exportar con éxito a los Países Bajos, el Reino Unido y Estados Unidos, generando hasta la fecha ingresos de 200 000 dólares estadounidenses.

[Lea más](#) sobre cómo APASEM Foods está haciendo crecer su negocio de exportación y empoderando a las mujeres empresarias.

## Investigación e inteligencia de Mercado

TFO TFO Canadá ofrece información sobre las tendencias del mercado, las preferencias de los consumidores, la innovación de productos y oportunidades emergentes, lo que les permite a las PyME tomar decisiones informadas y adaptarse a la dinámica cambiante del mercado.

Contamos con un [sitio web rediseñado y personalizado](#), más accesible e intuitivo, creado para compartir información relevante que apoye tanto el desarrollo de capacidades como la creación de redes entre compradores internacionales y pequeños y medianos exportadores en países en desarrollo.



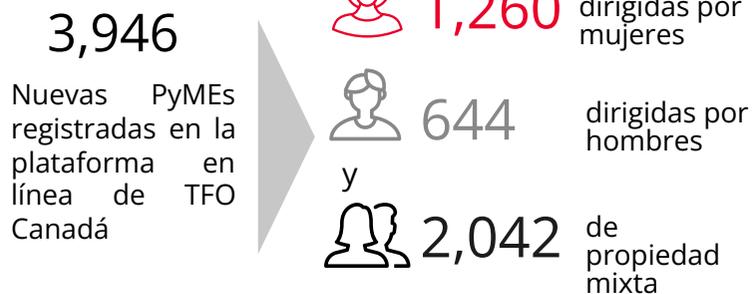
En total:



y 2,127 Instituciones de apoyo al comercio se benefician de los servicios en línea de TFO Canada

61% de los importadores canadienses,  
43% de las Instituciones de apoyo al comercio y  
68% de las PyMEs confirman la utilidad de estos servicios.

Entre 2019 y 2024



13 documentos de información de mercado (MIP): desarrollados en los sectores identificados por el proyecto ; y

5 Guías: Gestión medioambiental para exportadores: Guía de gestión medioambiental para PyME que exportan a Canadá; Responsabilidad Social Empresarial: Los nuevos estándares de los negocios; Guía para mujeres exportadoras para el acceso a los mercados canadiense e internacional; Guía para el cumplimiento de los requerimientos canadienses en materia de seguridad alimentaria; y Access Canada. Guía guía sobre exportaciones a Canadá 2025.

33 Estudios local de mercado en sectores específicos en cada país.

39 Estudios MBA de acceso al mercado realizado para 35 empresas dirigidas por mujeres y 4 empresas mixtas, en colaboración de la Universidad Concordia, la Universidad de Ottawa, la Universidad HEC de Montreal y la Universidad Wilfrid Laurier.

# Igualdad de género

El enfoque del proyecto WIT se basa en la idea de que para que las Instituciones de Apoyo al Comercio (TSI) puedan ofrecer apoyo en materia de género a las PyME dirigidas por mujeres e impulsar un desarrollo equitativo de las exportaciones, primero deben integrar la igualdad de género en su propia cultura organizacional. Gracias a la formación impartida por el proyecto:

23

TSI adquirieron una mayor comprensión y actitudes positivas respecto al liderazgo de las mujeres y la importancia de la participación equitativa en el comercio.

399

representantes de las TSI (261 mujeres) recibieron formación sobre la comprensión de las brechas de género en el comercio y sobre cómo abordar la escasa representación de las mujeres en el comercio.

17

Se desarrollaron planes de acción en materia de género que formalizan el compromiso de las TSI con la promoción de la igualdad de género y la prestación de servicios de facilitación del comercio con enfoque de género.

17 TSI adoptaron al menos una medida de los planes de acción en materia de género.

Al final del proyecto, los puestos de liderazgo ocupados por mujeres en los consejos de administración y en la alta gerencia de las TSI participantes aumentaron de 14% a 48%. Se observa un cambio aún más significativo en la representación del liderazgo femenino entre las PyME que componen la membresía de las TSI participantes (28% de representación inicial contra un 57% al final del proyecto).

Al final del proyecto, la representación de las mujeres en puestos directivos de las Instituciones de Apoyo al Comercio (TSI) participantes había aumentado notablemente, con un 48% de mujeres en puestos directivos y de la alta gerencia (del inicial 14%). Aún más impactante fue el cambio en la participación de PyME dirigidas por mujeres en estas TSI. Inicialmente, las empresas lideradas por mujeres representaban solo el 28%, pero al cierre del proyecto, ese número casi se había duplicado al 57%, lo que pone de relieve

un avance considerable hacia la igualdad de género en términos de liderazgo.

## Historia de cambio

### Asociación de Exportadores de Jordania. Fomento de la igualdad de género en el desarrollo de las exportaciones

La Asociación de Exportadores de Jordania (JEA), que cuenta con 100 miembros, por mucho tiempo ha ayudado a las empresas a abrirse camino a nuevos mercados mediante la formación práctica y las misiones comerciales. Históricamente, sus servicios se dirigían principalmente a empresas lideradas por hombres, pero tras participar en el proyecto, la JEA ha dado pasos significativos para incorporar más el enfoque de género y ser más inclusiva. Se han actualizado las políticas en materia de género para adaptarlas a las prácticas idóneas, dando prioridad a las empresas dirigidas por mujeres tanto a nivel de políticas como de actividades. Su director ejecutivo, Halim Abu Rahmeh, dijo que "gracias a la ayuda de TFO Canadá, la JEA pudo llegar a un sector que estaba marginado o más bien rezagado...".

El proyecto también propició cambios en la dirección dentro de la JEA, como la elección de Nadia Shahin, directora general del Grupo Kawar, para que formara parte del consejo directivo. "Tener a Nadia como miembro del consejo de la JEA... añade una dimensión en el reconocimiento de la igualdad de género. Su presencia en el consejo marca pautas para otras mujeres... La presencia de Nadia ... consolida el papel de la JEA en el apoyo a las empresas pertenecientes o dirigidas por mujeres en toda Jordania", señaló Halim.

[Lea más](#) sobre cómo la JEA defiende la igualdad de género y la autonomía de la mujer en el sector empresarial de Jordania.

## EtouNature: una empresa de productos naturales que impulsa su crecimiento con exportaciones

Mariétou Diouf se adelantó a los acontecimientos cuando en 2013 puso en marcha en Senegal su empresa de productos naturales EtouNature. En sus palabras: "Aquí hay muchos productos naturales buenos para la salud y la cosmética, pero nadie hacía nada para monetizarlos". Hoy en día, su empresa, certificada según la norma ISO 9000:2015, no solo dispone de una tienda, dos oficinas y una planta de fabricación en Dakar, sino que también exporta a Europa, Canadá y otras partes de África.

EtouNature ofrece productos alimenticios y cosméticos naturales como el baobab, el bissap, la moringa y el karité, así como formación en formulación de cosméticos y alimentos naturales. La empresa promueve los productos naturales africanos y valora los recursos locales, al tiempo que integra los principios de sostenibilidad, equidad e inclusión. Para ello, emplea principalmente a mujeres, 500 de ellas procedentes de aldeas de Senegal y África occidental, para la cadena de producción, y utiliza un embalaje que promociona sus ingredientes naturales y el hecho de que trabaja con mujeres.

Comenzó a exportar en 2015, inicialmente a Francia por ser un país francófono como Senegal y geográficamente atractivo. Tras asistir a varias ferias comerciales y vender en un mercado callejero de Canadá, Mariétou se centró en la exportación de barras energéticas a Montreal, una vez más por su predominio del francés. Para vender en el mercado canadiense, tuvo que adaptar sus etiquetas para que incluyeran tanto el francés como el inglés, así como la tabla de valores nutricionales. La empresa tiene previsto crear un sitio web para Canadá y ha contratado a una empresa de logística para almacenar las existencias y enviar el producto a ese país. Aunque el mercado canadiense es competitivo, EtouNature se distingue por sus ingredientes naturales y sus prácticas laborales que incluyen la igualdad de género.

No cabe duda de que la calidad superior de sus productos naturales certificados y su reputación basada en prácticas sostenibles son algunos de los factores de éxito que le permitieron entrar al mercado canadiense.



Mariétou Diouf, *Fundadora y Directora General de EtouNature*



[LEA LA HISTORIA COMPLETA AQUI](#)

## Valores fundamentales y Sostenibilidad: las Piedras Angulares de esta Empresa Peruana en Expansión.

Siempre interesada en la agricultura orgánica y viendo un nicho para promocionar los productos de la biodiversidad de la región amazónica, Carolina Sánchez fundó en 2007 la empresa Shanantina, con sede en Perú, para trabajar con productores de sachá inchi. "Había oído hablar de las propiedades del sachá inchi y decidí aprender más y trabajar con él", explica. Esta planta produce frutos con grandes semillas comestibles que suelen tostarse o prensarse para obtener una parte líquida, que es el aceite rico en omega 3 y 6, y una parte sólida, que se extrae para obtener una harina rica en proteínas. Shanantina la utiliza para elaborar aperitivos de varios sabores, complementados con ingredientes como la sal de las minas amazónicas y azúcar orgánico. La empresa también se ha diversificado hacia el procesamiento de cúrcuma, cacao y yuca, todo mientras desarrolla y aplica políticas formales de sostenibilidad, igualdad de género y no discriminación.

Shanantina, que emplea en su fábrica a 15 personas (nueve de las cuales son mujeres) y trabaja con productores, (60% de los cuales son mujeres), se fundó sobre el principio de ser una empresa sostenible. Esto significa integrar prácticas ecológicas con un firme compromiso de apoyo a las comunidades locales. "Damos prioridad a la preservación de la biodiversidad de la Amazonía, al tiempo que garantizamos un comercio justo y el empoderamiento económico de nuestros productores, muchos de los cuales proceden de comunidades rurales e indígenas", afirma Carolina. "La sostenibilidad no es solo una práctica, sino un valor fundamental que guía nuestra producción, desde el abastecimiento de materias primas hasta la entrega de productos de alta calidad".

El empoderamiento de las productoras forma parte integral de la misión de Shanantina de apoyar el papel vital que desempeñan las mujeres en la preservación de los conocimientos ancestrales y la promoción de prácticas sostenibles en sus comunidades. Shanantina incorpora prácticas ancestrales en sus procesos, especialmente en el cultivo y la recolección de ingredientes como el sachá inchi y el cacao. Se emplean métodos tradicionales para el enriquecimiento del suelo, la selección de semillas y la rotación de cultivos, los cuales no dañan el medio ambiente y mejoran la calidad nutricional de los productos. Dichas prácticas se combinan con técnicas modernas para mantener los niveles de calidad y seguridad.



Carolina Sanchez, *Fondateur et directeur général de Shanantina.*



[LEA LA HISTORIA COMPLETA AQUI](#)



[www.tfocanada.ca](http://www.tfocanada.ca)  
[info@tfocanada.ca](mailto:info@tfocanada.ca)

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 Asuntos Mundiales Canadá.