REPORTE T-MEC

No. 122

10 junio 2022

ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

MujerExportaMx 3a e-Rueda de Negocios para Empresarias Mexicanas

Por tercer año consecutivo se realizó la rueda virtual de negocios MujerExportaMx. El evento organizado por la Secretaría de Economía[1], junto con la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Relaciones Exteriores, el Instituto Nacional de las Mujeres, el Banco Interamericano de Desarrollo, Connect Americas, la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa, la Federación Mexicana de Empresarios LGBT+ y OWIT México, tuvo lugar entre el **23 y el 27 de mayo de 2022.** En esta ocasión, se enfocó en el mercado europeo con el que tenemos un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación conocido comúnmente como TLCUEM, así como en el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). Se contó con la **participación de 119 exportadoras mexicanas y 52 empresas compradoras de los mercados T-MEC y TLCUEM, quienes realizaron 131 citas agendadas.**

Las sesiones dedicadas a emprendedoras interesadas en exportar a los mercados de Estados Unidos y Canadá fueron las siguientes:

1. Certificaciones para exportar a Estados Unidos[2]

Moderada por Lydia Antonio, directora general de Seguimiento, Administración y Supervisión del Cumplimiento de Tratados Comerciales de la Secretaría de Economía, este panel contó con la participación de Fernanda Sandoval, *food safety training leader* de Grupo Siliaco y de Denisse Álvarez, directora general de DASAVENA, como panelistas.

[1] https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/inteligencia-economica-global
[2] Podrá ver la sesión completa en la siguiente liga:
https://us02web.zoom.us/rec/play/yC7DNXVXDPSzxQZk7ZYxHKMhT7mVnnle2aB8AnJxC76fCwTQ4f7ro-PFHAYKO84qkA1xaSPlFg9Ic3iU.ZJoq8ar1TUBCsyrp?continueMode=true&_x_zm_rtaid=rCY3B64pTYmR7tuXagn8Cw.1654556057506.e8ee3dceba52435f78a8d4d2aefa9493&_x_zm_rhtaid=159

La primera parte del diálogo se dio alrededor de los registros que emite la *Food and Drug Administration* (FDA)[3] a productos agroalimentarios; además Fernanda Sandoval comentó que hay empresas que ayudan a los exportadores en todo el proceso para posicionarse en el mercado de Estados Unidos, como es el caso de Grupo Siliaco. Por otro lado, Denisse Álvarez habló sobre su experiencia para posicionar sus productos en el exterior.

Las panelistas coincidieron en que como exportador es muy importante adquirir conocimiento y nuevas herramientas constantemente, y saber que la aceptación de productos mexicanos en el mercado de Estados Unidos es muy amigable.

2. Diversificando oportunidades en el mercado canadiense[4]

En el panel se brindó información sobre el dinamismo del comercio bilateral, así como las regulaciones que se deben considerar. Se presentaron ponencias sobre la certificación Global G.A.P. (*Good Agricultural Practices*) para el sector alimentario y para exportar bebidas espirituosas.

Jacqueline Márquez, jefa de la Oficina para la implementación del T-MEC en Canadá, destacó la importancia de la relación comercial de México con ese país, además que **México es el principal origen de sus importaciones de aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas, que en 2021 representaron el 43% de sus importaciones.**

Por otro lado, Marco Villegas, director de Cuentas Clave en México de Global G.A.P., destacó el papel que tienen **las certificaciones en el mercado de alimentos** y comentó que **son una de las principales herramientas para demostrar y comunicar que los productos agroalimentarios cumplen con los requisitos regulatorios y de mercado.**

GLOBALG.A.P.
The Global Partnership for Good Agricultural Practice

Certificación Global G.A.P.

Es la certificación de buenas prácticas agrícolas más reconocida del mundo con más de 530 miembros voluntarios que componen la comunidad GLOBAL G.A.P., más de 208 mil productores certificados en más de 130 países y más de 700 productos agropecuarios disponibles para certificación.

Principales razones para contar con esta certificación: **1)** reduce la exposición a riesgos de inocuidad alimentaria y de reputación del producto, **2)** consigue acceso a mercados locales y globales, **3)** ahorra en gastos reduciendo el número de inspecciones in-situ, **4)** cumple con la legislación de inocuidad alimentaria, protección de medio ambiente y bienestar aplicado a un sistema simple APPCC/HACPP; y **5)** demuestra el cumplimiento con los principios de negocios de agricultura y alimentación del Pacto Mundial de la ONU, entre otras.

Ivette Astorga, directora ejecutiva de Mezcal People, presentó el panorama general del **mercado de vinos y licores en Canadá** y destacó que es **uno de los mercados más atractivos de ese país.** Resaltó la importancia de mantener una fuerte presencia en redes sociales debido a que son una herramienta muy útil para colocar los productos rápidamente.

[3]La FDA es la agencia en Estados Unidos responsable de proteger la salud pública al garantizar la seguridad, la eficacia y la seguridad de los medicamentos humanos y veterinarios, los productos biológicos y los dispositivos médicos; y garantizando la seguridad del suministro de alimentos, cosméticos y productos que emiten radiación en ese país.

[4]Liga de la sesión completa:
https://us02web.zoom.us/rec/play/4dSF9o4kR4QUTxaCQQSyk4QGXzLQuhTun_HKMAZnrf612Di43ZEBxfwMYZ2AJRiCQRCDtnpf4ZRXG_zc.U10_JDpQHnu-ODrE?continueMode=true&_x_zm_rtaid=rCY3B64pTYmR7tuXagn8Cw.1654556057506.e8ee3dceba52435f78a8d4d2aefa9493&_x_zm_rhtaid=159

3. Haciendo Negocios en Estados Unidos – perspectivas para las PyMEs[5]

El panel sobre perspectivas para pequeñas y medianas empresas reunió a Renata Arvizu, líder de Marketplace en Amazon México, Gerry Schwebel, vicepresidente ejecutivo del IBC Bank y César Remis, jefe de la Oficina para la implementación del T-MEC en Estados Unidos, quienes hablaron sobre emprendimiento, oportunidades y herramientas para PyMEs.

Renata Arvizu explicó que **para colocarse en el mundo del comercio digital es necesario emprender.** Destacó que Amazon ha añadido alrededor de 20 nuevas categorías de productos a su plataforma, y que esto permite a las pymes tener un amplio espectro para incursionar en el comercio digital. Cada año Amazon realiza una serie de *webinars* de capacitación en los que se ofrecen guías y tutoriales sobre cómo vender productos en el mercado de Estados Unidos.

Por otra parte, se abordaron **los retos que existen para las empresas que deciden exportar a América del Norte.** Gerry Schwebel destacó los siguientes: **I)** la relación banco-cliente, **II)** la seguridad cibernética, **III)** los desafíos fiscales, financieros y legales, **IV)** aspectos logísticos y de inteligencia artificial y **V)** el ámbito regulatorio.

Además, en el panel se presentaron las diferentes herramientas digitales que la Secretaría de Economía ha desarrollado para apoyar el impulso de las PyMEs. César Remis habló sobre herramientas como Exporta MX, la Ruta para exportar, Data México y Comercia Mx. Destacó que el T-MEC es una poderosa herramienta que cuenta con diversos capítulos que favorecen a las PyMEs en la región.

Al igual que las ediciones anteriores, las citas de negocios estuvieron acompañadas de una extensa agenda de **sesiones de capacitación y actualización** que abarcaron **diferentes temas relevantes para las empresarias mexicanas** de las que destacamos las siguientes:

FME LGBT+
Federación Mexicana de Empresarios LGBT+

Retos y Oportunidades de las mujeres LGBTI+ en el mundo empresarial[6]

Con el objetivo de visibilizar a la diversidad y exponer cómo hoy en día las mujeres LGBTI+ siguen sufriendo discriminación, Mariana Simone Perez Valero, de Vida y Éxito, Dagyi Rivera González, DR Turismo de Romance y Ari Vera Morales, presidenta de la Federación Mexicana de Empresarios LGBTI+ (FMELGBT+), conversaron en este panel moderado por César Casas, vicepresidente de la FMELGBT+.

Las tres empresarias ofrecieron un mensaje de solidaridad y empoderamiento hacia las mujeres diversas y trataron temas como la desigualdad y los diversos obstáculos a los que se enfrenta una emprendedora de la comunidad LGBTI+.

Los roles de género asignados en nuestra sociedad, la falta de apoyo, la poca credibilidad financiera que se les da a las mujeres, la poca visibilidad en ciertos sectores empresariales y en emprendimientos realizados por ellas, e incluso la falta de credibilidad en ellas mismas, son factores que frenan y afectan a todas las mujeres emprendedoras actualmente. ***"Hay que buscar la unión, capacitarse y resignificarnos a través de la resiliencia para poder sobresalir",*** señaló Ari Vera.

[5] Liga de la sesión:
https://us02web.zoom.us/rec/play/cv1WlZstYtYP-KDke1R6uUQdwztB7Ss-qVyYxkwcEsWVeN9lOxL6eTscc9FaoRDEVJ0DYVWzWO1J115H.OHmwte7DNRr6OjWy?continueMode=true&_x_zm_rtaid=rCY3B64pTYmR7tuXagn8Cw.1654556057506.e8ee3dceba52435f78a8d4d2aefa9493&_x_zm_rhtaid=159

[6] Podrá ver la sesión completa en:
https://us02web.zoom.us/rec/play/eIRN5Z1NKJMcwAN4fZhc0bdppR-bXDfNfmdhmzt7zjOED_41DgQeE_BkBSPtBHwr-_hcD1XFzS1n3UA.JkZzTwOIvdwyM9ld?continueMode=true&_x_zm_rtaid=rCY3B64pTYmR7tuXagn8Cw.1654556057506.e8ee3dceba52435f78a8d4d2aefa9493&_x_zm_rhtaid=159

Oportunidades para las mujeres en el comercio transfronterizo de servicios[7]

En esta conversación las panelistas Cindy Rayo Zapata, directora general de Comercio Internacional de Servicios e Inversión de la Secretaría de Economía y María Eugenia García, directora general del Instituto Mexicano de Teleservicios, hablaron sobre acciones multilaterales en materia de comercio transfronterizo de servicios y sobre oportunidades para las mujeres que lideran empresas de este tipo.

Se realizó una presentación sobre los **conceptos fundamentales del comercio transfronterizo** en la que se habló de los modos de suministro de servicios: **1)** comercio transfronterizo, **2)** consumo en el extranjero, **3)** presencia comercial y **4)** movilidad de personas. Además, se destacó que **el sector de servicios aporta más del 60% a la economía mexicana.**

Se destacó la relevancia de tener eventos y espacios donde las mujeres puedan informarse sobre nuevas oportunidades de negocio y crecimiento, además de la importancia que las mujeres usen eficazmente los medios digitales, aprovechen las herramientas y plataformas disponibles, así como el comercio electrónico para fines educativos y prácticos.

Consulta más información sobre la tercera edición de MujerExportaMX en:

https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/mujerexportamx-300722?state=published

[7] Liga de la sesión completa:
https://us02web.zoom.us/rec/play/pyOxOAfspKZb4HfeBqFGygjYdcnO1fEW57SnkFw76G0KTO-oPsLOA8fDQ0BadS9pmkq8WF9BWl_wVbNP.Ur9qqvxUonerKZpi?continueMode=true&_x_zm_rtaid=v8WoQu-MQJislPwrTYhbYA.1654619903746.5194f0f07f01dc98605c8c0528f3fa45&_x_zm_rhtaid=217