

EXPORTANDO A CANADÁ-NOTICIAS

INFORMACIÓN·ASESORÍA·CONTACTO

MERCADEO DIGITAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO DURANTE COVID -19

EN ÉSTE NÚMERO

1. MENSAJE DEL DIRECTOR EJECUTIVO
2. VENDER EN UN NUEVO MUNDO: TODO TIENE QUE VER CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO
3. PERSONAL NUEVO
4. ACCESO A CANADA -una guía sobre exportar a Canadá
5. ACTUALIZACIONES REGIONALES
6. ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ
7. MAMBO STUDIOS: CRECIENDO EN LÍNEA



Social Network



Email



SEO



VDO

DIGITAL MARKETING



Website

¡El Futuro es AHORA!



STEVE TIPMAN
DIRECTOR EJECUTIVO
TFO CANADA

El tema de esta edición de nuestro boletín informativo es acerca marketing digital y comercio electrónico. Esta no es la primera ni la última vez que destacaremos estas importantes herramientas. ¡Cuando se utilizan bien, estas herramientas en línea van a aumentar su éxito en materia de exportación!

En la edición de marzo de 2018 de nuestro boletín informativo, hablé de cómo TFO Canada ve el comercio electrónico como un transformador del panorama comercial y empresarial mundial a un ritmo sin precedentes, abriendo el mercado internacional a las pequeñas y medianas empresas -- ¡y a las microempresas también! De hecho, desde que el COVID-19 golpeó al mundo y fue declarada pandemia mundial el 11 de marzo de 2020, estamos viendo que el marketing digital, las interacciones en línea y el comercio electrónico se están acelerando a la velocidad del rayo. La tecnología se está vinculando para siempre con el comercio y la pandemia ha realmente puesto en relieve el importante rol que desempeña en la forma en que los consumidores viven,

trabajan, compran y juegan.

Se prevé que los consumidores, después de la crisis, tendrán prioridades, valores y actitudes muy diferentes y un impacto duradero en la forma en que desean emplear su tiempo y dinero. Comprender estos cambios en el comportamiento de los consumidores y en los hábitos de gasto será de vital importancia para los exportadores.

Al mirar el marketing digital, vemos que estas formas de comunicación también están adquiriendo importancia. La buena noticia es que las formas virtuales de promoción tienden a ser una opción económica para las pequeñas y medianas empresas y, cuando se utilizan bien, pueden generar un fuerte retorno de inversión.

Cuando se trata de prácticas entre empresas (business to business), análisis recientes ([marketingcharts.com](https://www.marketingcharts.com)) utilizando datos de McKinsey indicaron que el cambio a la compra en línea seguirá creciendo después del COVID. De hecho, áreas como las interacciones de soporte en línea/web aumentarán del 63% al 73%, mientras que los equipos de ventas presenciales/en campo caerán del 57% al 20%. Estos hechos por sí solos demuestran lo importante que serán sus estrategias de ventas en línea en el futuro. Al entender cómo la tecnología puede traer el mundo a su puerta, estas tendencias hablan de las oportunidades que existen para las empresas en los cuatro rincones del mundo.

Ser conscientes de estas tendencias mundiales y de cómo continúan evolucionando es vital para el futuro éxito del comercio internacional. TFO Canada continuará actuando como su socio y facilitador de comercio, adaptando sus programas y proporcionando servicios que reflejen lo que está sucediendo en el mercado. Queremos que las PYMES de las economías en desarrollo aprovechen estas nuevas formas de hacer negocios y de expandirse a mercados extranjeros.



Consejo Comercial de Tipman

No subestimar el poder del internet. Tener un sitio web fuerte que muestre a su empresa en una luz positiva puede ser un paso importante para dar una impresión favorable. Piensen en ello como su escaparate al mundo.

VENDER EN UN NUEVO MUNDO: TODO TIENE QUE VER CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO



Por Susan Baka, Representante Regional de TFO Canada Ontario

COVID-19 ha impactado masivamente a nuestro mundo, tanto socialmente como económicamente. Si bien ha habido mucha devastación, puede haber un espacio luminoso para los vendedores internacionales. En Norteamérica a las ventas en línea les ha ido extremadamente bien, aumentando un 70% desde la misma época del año pasado y ganando \$3.2 mil millones. Además, el 33% de los canadienses esperan comprar más en línea después del COVID.

El nuevo comprador en línea es más abierto e impulsivo, está más dispuesto a probar nuevos productos, y a comprar alguna marca diferente. Estos cambios pueden ser buenos para los vendedores internacionales expertos que quieren conseguir un pedazo del pastel competitivo. Con los viajes restringidos durante la pandemia, el comercio digital es más importante que nunca.

Para ser exitoso se requiere una buena presencia digital, incluyendo un sitio web que sea fácil de navegar y uno que pueda impulsar las ventas. Si usted no está vendiendo en línea aún, éste es el momento de iniciar. Los principales canales de ventas de comercio electrónico incluyen su sitio web, mercados en línea y redes sociales. Tenga en cuenta que los canadienses tienen altas expectativas al comprar en línea, con muchos de ellos manifestando su insatisfacción al ser encuestados.

A continuación incluimos algunos consejos y mejores prácticas que pueden utilizar para asegurarse de brindar una buena experiencia para compradores si está vendiendo vía su sitio:

- **Redacte descripciones atractivas del producto.** Puede ser cierto que una imagen vale más que mil palabras, pero una buena descripción de producto puede lograr la venta. Incluya el tamaño del producto, características especiales (por ej., frases como: hecho de tela orgánica, de origen local), y razones por las que su cliente querría tenerlo (por ej., más fácil de usar, suministro limitado, para gustos exigentes, no superará este precio).
- **Añada imágenes hermosas de los productos.** Las imágenes son extremadamente importantes - especialmente para los compradores en línea que no pueden ver ni tocar los productos antes de hacer una compra. Si le es posible, agregue contexto incorporando imágenes de modelos usando el producto y videos que den a los clientes una vista de 360 grados o muestre cómo usarlo.
- **Añada una página de Preguntas Frecuentes (FAQ).** Esto ayuda a los clientes potenciales a encontrar de forma rápida y sencilla la información que necesitan para completar una compra.
- **Reduzca el tamaño de la imagen para una descarga rápida.** Más de la mitad de los visitantes de sitios web esperan que una página se descargue en menos de dos segundos. En más de tres segundos, abandona la página.
- **Aproveche el contenido generado por el usuario.** Incluya comentarios de clientes, imágenes de redes sociales y testimonios en su sitio. Así, no es sólo usted quien está diciendo que el producto es excelente... son sus clientes felices quienes lo dicen. ¡Eso es mucho más poderoso.

Continúa en la página siguiente

- **Incluya información de envío (¿Gratis? ¿Opciones de envío? ¿Envía a otros países? ¿Información de devolución?)**
Nota: el 62% de los canadienses consideran que el envío gratuito es importante debido a la vasta geografía del país.
- **Añada una opción de venta adicional abajo** (por ejemplo, una falda que hace juego con el suéter que alguien acaba de comprar)
- **Tenga un cronómetro de cuenta regresiva** en la página de salida para que la gente no abandone

Acceso a Webinar

El 14 de julio de 2020 organizamos un webinar "Vender en un mundo nuevo: Todo tiene que ver con el marketing digital" presentado por Susan Baka.

El webinar cubrió:

- Comprensión de las tendencias del marketing digital en Norteamérica - Marketing por email, redes sociales, sitios web, recopilación de datos de clientes
- Reconocimiento de los impactos de la COVID-19 – plataformas en línea, necesidad del comercio electrónico
- Creación de contenido de sitio web que funcione
- Incorporación del comercio electrónico – beneficios, mejores prácticas, mantener costos bajos

Para acceder al webinar completo, dar clic [aquí](#)



PERSONAL NUEVO

Mohamed Elmi

Mohamed Elmi se unió a TFO Canadá como Director de Finanzas y Administración en septiembre de 2020. Tiene la responsabilidad de supervisar la gestión financiera de la organización, trabaja en alianza con el equipo técnico, apoya a la organización en el cumplimiento de su misión.

Antes de unirse a TFO Canadá, Mohamed fue el Director Regional de Finanzas de la región de África en Relief International, con sede en Nairobi, Kenia, proporcionando supervisión financiera directa de las oficinas en los países africanos. Antes de eso, estuvo en la Secretaría de ActionAid con sede en Johannesburgo apoyando a los países miembros europeos. Mohamed también trabajó con la oficina de la sede de CARE Canada en Ottawa durante más de una década y ocupó la unidad de Director de Gestión de Contratos antes de pasar a tareas internacionales. Mohamed es contador profesional certificado con una designación de contabilidad general certificada y tiene una licenciatura en comercio de la Universidad Laurentian en Sudbury, Ontario.

Acceso a Canadá -una guía sobre exportar a Canadá

Es un gusto anunciar la publicación de la versión actualizada de nuestra Guía Exportando a Canadá. Esta guía actualizada incluye información sobre el mercado canadiense incluyendo el impacto del COVID-19 en el mercado. La guía completa estará disponible en nuestro [website](#) el 5 de octubre de 2020 en inglés, francés y español. Usted debe estar registrado con nosotros para tener acceso al documento completo.

Resumen Ejecutivo

Con una población de 37.6 millones, Canadá es el décimo mercado de importación más grande del mundo. Canadá depende del comercio exterior, que se refleja en los numerosos acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que ha negociado y sigue negociando con países de todo el mundo.

Los principales mercados de consumo se encuentran en tres provincias: Ontario (Toronto), Quebec (Montreal) y Columbia Británica (Vancouver). La mayoría de los importadores se encuentran en las áreas de Toronto y Montreal. Más del 85% de todas las importaciones se despachan en las provincias de Ontario y Quebec y luego se distribuyen por todo Canadá.

El crecimiento de las importaciones había sido constante antes de que la pandemia del COVID-19 azotara al país, como la mayoría de los demás países del mundo. Antes de la pandemia, la tasa media de crecimiento anual del PIB de Canadá era de aproximadamente 2% y otros indicadores económicos sugerían una economía estable. No está claro qué efectos a mediano y largo plazo tendrá la pandemia en las importaciones, así como en las condiciones económicas generales del país.

Estados Unidos sigue siendo el mayor socio comercial de Canadá, representando más de la mitad de todas las importaciones canadienses en 2019. China también es un importante exportador para Canadá, así como muchos otros países asiáticos. México es el mayor exportador a Canadá en América Latina (debido en gran medida al Acuerdo de México y Estados Unidos con Canadá - CUSMA).

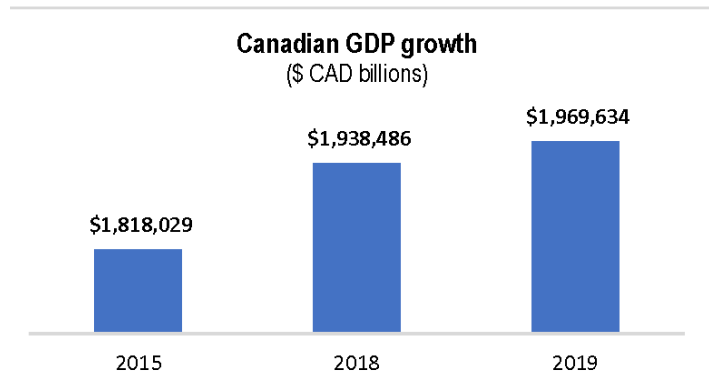
Hay tres sectores clave en el mercado de importación canadiense de interés para los exportadores de los países en desarrollo: agro alimentos, textiles y prendas de vestir y decoración del hogar. Las importaciones agroalimentarias totalizaron \$ 11,2 mil millones en 2019, las importaciones de textiles y prendas de vestir alcanzaron \$ 14 mil millones en 2019, las importaciones de decoración del hogar alcanzaron \$ 540 millones en 2019, siendo los Estados Unidos y la Unión Europea importantes proveedores.

Canadá cuenta con su propia Estructura Arancelaria basada en el Sistema Arancelario Armonizado (SA) de la Organización Mundial de Aduanas. La Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (En inglés: Canadian Border Service Agency - CBSA) es el organismo gubernamental canadiense responsable de los servicios aduaneros y del cumplimiento de la legislación fronteriza de Canadá. La CBSA también proporciona la lista de países con los tratamientos arancelarios aplicables.

Las certificaciones canadienses e internacionales son una consideración importante para las PYMES que contemplan a Canadá como un mercado de exportación. Además de cumplir con las leyes y regulaciones canadienses, los exportadores pueden desear obtener certificaciones adicionales de terceros como Global G.A.P., Rainforest Alliance e ISO, ya que algunos importadores pueden requerir dichas certificaciones.

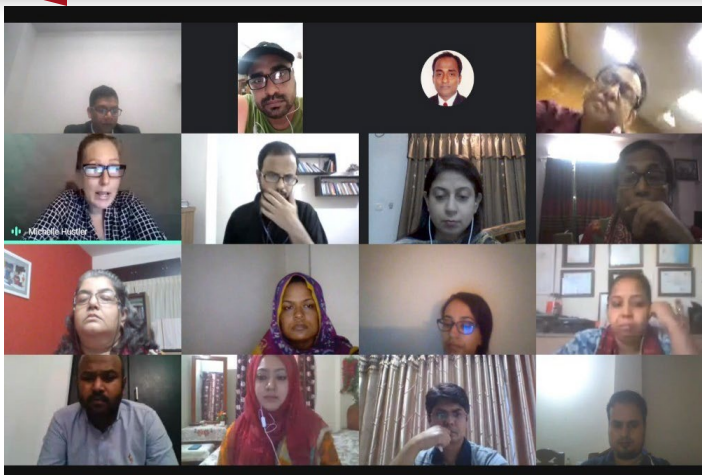
Los exportadores que desean vender al Canadá disponen de varias opciones. Las PYMES exportadoras deben decidir si exportan directamente a un importador, distribuidor o minorista en Canadá, o si exportan indirectamente a través de intermediarios en su país o en Canadá, como distribuidores, brokers y agentes o empresas comerciales. Hay varias maneras de identificar a los compradores en Canadá. Las ferias comerciales (trade shows) han sido tradicionalmente una gran fuente para conseguir compradores, aunque con la pandemia, el futuro de este tipo de actividad sigue siendo incierto. Las revistas y directorios comerciales también son una buena herramienta para identificar compradores. Los exportadores pueden utilizar una serie de herramientas (como la Base de Datos del Importador Canadiense) para identificar a los compradores. También pueden comunicarse con su Embajada (o Alto Comisionado) y Consulado en Canadá para obtener asistencia.

En resumen, el primer paso que deben dar los exportadores al considerar vender a Canadá es desarrollar una estrategia de ingreso al mercado con los siguientes componentes: analizar la demanda del mercado de sus productos, comprender el ambiente regulatorio de Canadá e identificar a los compradores potenciales. Estar listos para exportar a Canadá requiere que los exportadores lleven a cabo sus deberes con diligencia y de forma exhaustiva.



ACTUALIZACIONES REGIONALES

Asia



Entre julio y agosto de 2020, el equipo de Asia trabajó activamente con las partes interesadas para adaptar las actividades de programa mediante mecanismos de entrega en línea para responder a la pandemia de la COVID-19.

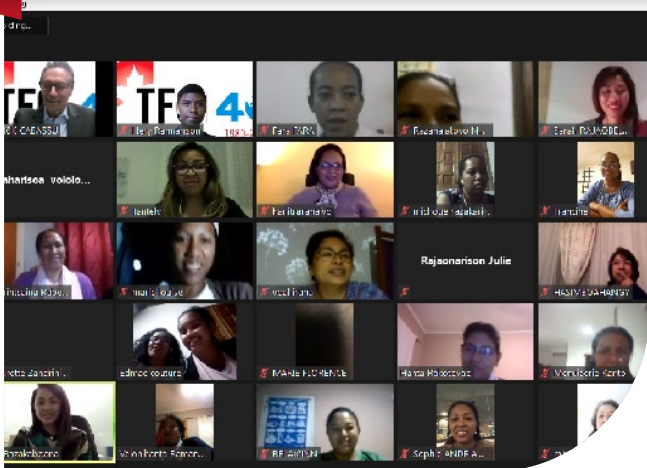
En el marco de Export Launchpad Bangladesh, el primer Training of Trainers (ToT) virtual (Capacitación de Capacitadores virtual) tuvo lugar del 12 al 22 de julio de 2020. La Capacitación de Capacitadores fue facilitada por el Socio de TFO Canadá con sede en Barbados para 32 participantes en Bangladesh, incluyendo 17 mujeres. El siguiente paso de este proyecto es que los entrenadores formados capaciten a las PYMES de los sectores del yute y alimentos procesados durante los meses de septiembre y octubre de 2020.

En el marco del proyecto Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WITISG por sus siglas en inglés), el equipo de Asia realizó varias reuniones en línea con todas las partes interesadas de los países destinatarios (Jordania, Indonesia, Vietnam, Bangladesh y Camboya) con el objeto de finalizar los acuerdos de implementación.

TFO Canadá firmó un Memorándum de Entendimiento de dos años (MoU) con la Dirección General de Desarrollo de las Exportaciones Nacionales (DGNE por sus siglas en inglés) del Ministerio de Comercio de Indonesia para facilitar la cooperación en las actividades de desarrollo de las exportaciones en Indonesia. En razón de la pandemia de COVID 19, la Ceremonia de Firma del MoU (Jakarta y Ottawa) se realizó en línea el 18 de agosto de 2020 con la presencia del Ministro de Comercio de Indonesia, de representantes de la Embajada de Canadá en Jakarta, del Embajador de Indonesia en Ottawa y de representantes de Instituciones de Apoyo al Comercio en Indonesia. Para ver la ceremonia, dar clic [aquí](#).

ACTUALIZACIONES REGIONALES

África y Haití



El equipo de TFO Canada África ha estado trabajando en dos proyectos: Making Trade Work for Women in Sub-Saharan Africa Least Developed Countries (LUME) (Haciendo que el comercio funcione para las mujeres en los países menos desarrollados del África Sub-Sahariana (LUME) y Women in Trade for Inclusive and Sustainable Growth (WIT) (Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT).

En agosto se firmaron acuerdos de colaboración con ocho socios de Madagascar, Lesoto, Uganda y Etiopía. Las actividades iniciales están listas para comenzar en los cuatro países LUME, donde se imparte capacitación sobre Igualdad de Género e Inclusión Social para personal directivo senior y juntas directivas de las organizaciones socias.

Continúa en la página siguiente

Actualizaciones Regionales- África y Haití

También se están realizando estudios de mercado locales en Uganda, Lesoto, Etiopía, Madagascar, Egipto, Marruecos, Mozambique y Haití; la investigación informará nuestra programación y las necesidades específicas para cada país involucrado particularmente relacionadas con productos exportables para nuevos mercados.

Durante este tiempo, el equipo de África participó en varios webinars para contribuir a la manera en que las PYMES y las TSI pueden superar los retos derivados del confinamiento y el transporte limitado y aprovechar los mercados digitales. Estas incluyeron al Centro de Política de Comercio Africano UNECA: Mujeres y el Área Continental de Libre Comercio de África (15 de setiembre), Trade Plus Impact's Handmade Futures Summit 2020 (24 de setiembre), y el webinar de TFO Canadá sobre herramientas digitales en francés (29 de setiembre). Si se perdió alguno de ellos, sírvase consultar las grabaciones en nuestro sitio web. Nuestro equipo también realizó varios webinars sobre Exportación a Canadá para países socios, incluyendo Madagascar.

TFO Canadá renovó su colaboración con OWIT International en agosto. A este respecto, el programa para África colaboró con los Capítulos de OWIT en eventos de desarrollo de capacidades y networking incluyendo la Conferencia de Comercio Internacional de OWIT Nairobi virtual celebrada en setiembre.

ACTUALIZACIONES REGIONALES

América Latina y El Caribe

Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT por sus siglas en inglés)

El equipo latinoamericano de TFO Canadá ha seguido vigilando de cerca el impacto de la pandemia COVID-19 en todos los países del proyecto. Durante la pandemia, se han monitoreado y documentado las diferentes medidas adoptadas por los respectivos países y socios para apoyar a las PYMES a fin de adaptar las estrategias del proyecto acorde a las necesidades de las empresas. El equipo está iniciando el diseño de las investigaciones locales con enfoque de género que identificarán aspectos ambientales y de derechos humanos/gobernanza en los sectores económicos seleccionado en cada país donde se implementa el proyecto. Los hallazgos se incorporarán en las capacitaciones de preparación para la exportación destinadas a las PYMES beneficiarias.

ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Canada: tendencias en el sector agroalimentario después del COVID -19

23 de julio de 2020

La Cámara de Comercio Guatemalteca - Canadiense organizó un webinar sobre las tendencias en el sector agroalimentario después del COVID -19. La Directora del Programa de TFO Canada para América Latina y el Caribe y Servicios de Apoyo al Comercio realizó una presentación sobre TFO Canada y sus servicios en línea a exportadores guatemaltecos interesados en acceder al mercado canadiense. Se enfocó en los cambios en las tendencias del consumidor como resultado de la pandemia del COVID 19 en el sector Agroalimentario Canadiense.

Canadá: tendencias de consumo de alimentos (post COVID-19)

Conozca sobre:

- Rutas y accesos / comportamiento ventas antes y durante COVID-19.
- Cadena de ventas / tendencia de consumo de alimentos.
- Nuevos regímenes alimenticios, commodities, tendencias a futuro-



En alianza con



Jueves 23 de julio, 10:0am. Acceso libre con previa confirmación al correo laura.lainfiesta@cancham.org.gt

PBX 2207-1983 / info@cancham.org.gt

www.cancham.org.gt

Programa de Preparación e-Market - Ayudando a Navegar el Mercado Artesanal en Evolución

11 - 14 de Agosto

El equipo de gestión de proyectos de TFO Canadá asistió al Programa de Preparación para el Mercado Electrónico de Aid to Artisans. El programa ofreció oportunidades para networking (establecer contactos) con compradores, productores y expertos del sector, así como para adquirir conocimientos sobre el estado actual del mercado minorista de Estados Unidos, canales de distribución y tendencias en el sector artesanal; las tendencias de color 2020/2021 y los pasos para desarrollar colecciones de productos artesanales; fórmula para el cálculo de los costos y el establecimiento de precios de productos artesanales y términos de comercio internacional; y la importancia de contar la historia del producto en el marketing artesanal y branding del sector artesanal. El equipo transferirá este conocimiento a los artesanos con los que trabajaremos en los proyectos WIT y LUME.

Cómo exportar a Canada

18 de agosto de 2020

La Directora del Programa de TFO Canada para América Latina y el Caribe y Servicios de Apoyo al Comercio participó en un webinar sobre Cómo exportar al Canadá organizado por la Embajada de la República de Paraguay en Canadá. Se hizo una presentación sobre cómo utilizar los servicios en línea de TFO Canadá a 95 participantes de diferentes departamentos del gobierno paraguayo, Cámara de Comercio y PYMES paraguayas en el sector agroalimentario que asistieron al webinar.



Marco Legal/ Requisitos de Licencias/ Procesos para la Exportación / Acceso al mercado canadiense/ Facilitación de comercio/Búsqueda de socios comerciales

Día: Martes 18 de Agosto
Hora: 10:00 a 12:00 horas.
Reunión Zoom:
<https://zoom.us/j/94473416131?pwd=eVB4enFPbHR0RGRCZnQBeDlYRXpXZ09>
ID de reunión: 944 7341 6131
Código de acceso: 652824

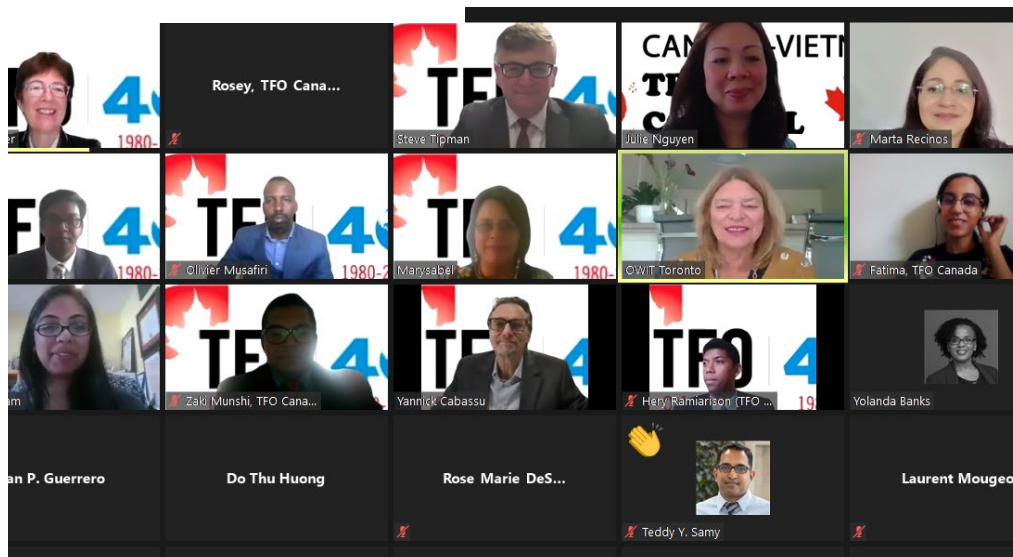
Disertantes:
Marisabel González
Directora del Programa de Latinoamérica y el Caribe de la oficina de Facilitación del Comercio de Canadá
Daniel Burgoyne
Gerente Nacional de Alimentos Importados de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos
Nikolaus Oslu
Director de Inteligencia Competitiva, REDIEIX

ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Mujeres y el seminario web de AfCFTA

15 de septiembre de 2020

TFO Canada organizó un seminario web titulado: "Mujeres y la AfCFTA: Cómo las mujeres empresarias y emprendedoras pueden aprovechar los beneficios del Acuerdo de Zona de Libre Comercio Continental de África" el 15 de septiembre de 2020. Tres expertos en políticas comerciales y de género del Centro Africano de Políticas Comerciales de la UNECA se unieron a nosotros para compartir sus perspectivas y las oportunidades del nuevo acuerdo comercial firmado. En general, el debate se centró principalmente en: la comprensión básica de la AfCFTA, los múltiples obstáculos a las mujeres empresarias en el contexto integrado del mercado, la importancia del enfoque de aplicación de políticas con enfoque género y medidas necesarias que deben adoptarse a largo plazo.



Lanzamiento de Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT)

17 de septiembre de 2020

TFO Canadá celebró el lanzamiento virtual del proyecto Mujeres en Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible (WIT). El evento incluyó palabras de apertura de la Alta Comisionada a Mozambique, Caroline Delany. Incluyó una presentación de Steve Tipman, Director Ejecutivo de TFO Canadá, así como palabras del Dr. Bouba Housseini, Oficial del Programa del Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo, y del Sr. Nasser M. Al-Thekair, Director General, de la Corporación Internacional Islámica de Finanzas comerciales. El evento también acogió panel de discusión sobre la experiencia de la mujer en el comercio: Cómo las estrategias comerciales inclusivas contribuyen al crecimiento sostenible. Las panelistas fueron Marcia Méndez, Consejera Económica de la Embajada de Guatemala; Do Thu Huong, Consejero Comercial, Embajada de Vietnam; Nadia Hasham, Experta en Política Comercial, Centro de Política Comercial de África, Comisión Económica de las Naciones Unidas para África.; Susan Baka, Organización de Mujeres en Comercio Internacional, OWIT Toronto.

Para acceder al comunicado de prensa del evento, haga clic [aquí](#)

MAMBO STUDIOS: CRECIENDO EN LÍNEA

Juan Manuel Duque es el CEO de [Mambo studios](#), una empresa que ofrece servicios creativos y produce publicidad para empresas incluyendo dibujos animados, videos, gráficos, gráficos animados y servicios innovadores. Al igual que muchos lugares del mundo, Colombia se sometió a procedimientos de confinamiento para reducir la propagación del virus COVID-19. Si bien esto representó un reto para muchas PYMES, Mambo Studios ha tenido la suerte de continuar con su negocio. *"Es uno de los beneficios de ser un proveedor de servicios que trabaja principalmente en línea. El confinamiento ha afectado en cierta medida a nuestra clientela en Colombia, sin embargo, en el extranjero todavía tenemos trabajo de los Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico."*

"Antes del confinamiento teníamos clientes principalmente en Estados Unidos y Panamá. Siempre quisimos aprovechar otros mercados internacionales y Canadá parecía ser una gran oportunidad. A través de ProColombia, Mambo studios fue presentado a TFO Canadá y al programa Gateway to Trade en 2018. A través de este programa recibimos sesiones de capacitación en Colombia sobre el mercado canadiense y la base de clientes. Fuimos una de las 14 empresas seleccionadas para viajar a Toronto y asistir a reuniones B2B y conocer clientes potenciales. Esta fue una gran oportunidad porque habíamos explorado una compañía de producción llamada Double Barrel que se ajustaba al perfil de los servicios que ofrecemos. Por medio de TFO Canadá organizamos reuniones con ellos y desde entonces Double Barrel se convirtió en un socio. La segunda parte del programa fue llevar compradores canadienses a Colombia; cuando Double Barrel llegó a Colombia, los llevamos a Cali para visitar nuestras oficinas y firmamos un memorándum de entendimiento."



Durante estos tiempos de COVID, muchas empresas han sufrido pérdidas. Sin embargo, el comercio electrónico y la presencia digital/ en línea ha demostrado ser una poderosa herramienta para algunos. Estos son algunos consejos de Mambo Studios para las empresas que no pueden volver a sus oficinas o trabajar a plena capacidad:

- Idealmente tratar de generar contenido que no implique movilizar a las personas. Por ejemplo, si usted debe hacer entrenamientos haga materiales de entrenamiento virtualmente animados. Son fáciles de compartir y distribuir y pueden ser accesibles para todos.
- Comenzar a explorar contenido animado (es muy relevante en este momento) y a mover cosas en línea. Puede vender sus servicios en línea a través de un sitio web, puede hacer un vídeo en casa o crear animaciones sobre sus productos o servicios, de esta manera puede llegar a una audiencia mucho más grande de todos los rincones del mundo.
- Usar un video para explicar lo que está vendiendo le permite tener una buena presencia en línea.
- Si es posible, intente crear una Realidad Virtual o una experiencia de realidad Aumentada. La realidad virtual es buena para las personas en los sectores del medio ambiente o de turismo donde puede crear experiencias virtuales para los servicios que ofrece. La realidad aumentada también ayuda a vender productos específicos, por ejemplo, usando la aplicación Nike se puede ver cómo se le verá un zapato. El uso de este tipo de herramientas en línea ayudará a los exportadores a llevar una experiencia diferente a todo mundo.



"En general, mi esperanza para el futuro es que Mambo Studios pueda crear más asociaciones en diferentes partes del mundo. Queremos crear una red internacional de asociaciones que nos permita volver a desarrollar nuestro contenido y crecer como empresa."

TFO Canada mejora la calidad de vida de las personas a través de la creación de asociaciones comerciales sostenibles entre los exportadores de países en desarrollo y los compradores canadienses y extranjeros. Facilitamos el acceso al mercado canadiense y compartimos experticia en comercio a favor de pequeñas empresas y medianas empresas exportadoras y de los hombres y mujeres que trabajan para ellas. Fundada en 1980, TFO Canada es una organización no gubernamental y sin fines de lucro.

Este boletín ha sido preparado con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá a través de Asuntos globales de Canada
© Trade Facilitation Office Canada / Bureau de promotion du commerce Canada 2020