

EXPORTANDO A CANADÁ - NOTICIAS

INFORMACIÓN · ASESORÍA · CONTACTO

SERVICIOS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA (TIC)

EN ESTE NÚMERO

1. MENSAJE DEL DIRECTOR EJECUTIVO
2. MANO DE OBRA EN DEMANDA EN SERVICIOS DE TECNOLOGÍA DIGITAL POST-PANDEMIA
3. ACTUALIZACIONES REGIONALES
4. ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ
5. NUEVO PERSONAL
6. FELICES FIESTAS
7. MAMBO STUDIOS: CRECIMIENTO SOSTENIDO PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO





STEVE TIPMAN
DIRECTOR EJECUTIVO
TFO CANADÁ

Las oportunidades de exportación en servicios de tecnología de información y comunicación (TIC) son muy prometedoras

El tema de esta edición de nuestro boletín se enfoca en la exportación de servicios de tecnología de información y comunicación (TIC). Esta es a menudo un área que se pasa por alto, pero que tiene el potencial de apoyar a muchas pequeñas y medianas empresas en todo el mundo, particularmente cuando se considera el potencial de los servicios TIC presentes en términos de creación de empleo y promoción de innovación y exportaciones.

Si bien las empresas dirigidas por mujeres están en desventaja en la industria manufacturera, éste no suele ser el caso en servicios. El desempeño competitivo de las empresas de servicios dirigidas por mujeres es muy similar al de las empresas dirigidas por hombres. No se puede decir lo mismo del sector manufacturero, donde las empresas dirigidas por mujeres tienen un rendimiento inferior en la mayoría de aspectos de competitividad. Además, los jóvenes emprendedores tienen una fuerte presencia entre las empresas start-ups de servicios. El sector de servicios parece ser más atractivo para jóvenes emprendedores que el sector de manufactura, lo que probablemente se deba a la facilidad de acceso y bajos requisitos de capital.

Un informe de 2022 del Centro de Comercio Internacional - Servicios Conectados, Empresas Competitivas encontró que el 16% de las empresas de servicios encuestadas en el sector servicios están dirigidas por jóvenes, en comparación con el 10% en el sector de manufactura. Si bien sigue presente, la brecha en la participación comercial es menor para las empresas de servicios dirigidas por mujeres y jóvenes que para las manufactureras. La brecha entre las empresas exportadoras y las nacionales dirigidas por mujeres es de sólo seis puntos porcentuales en servicios. En manufactura, la diferencia es tres veces mayor. Para las empresas dirigidas por jóvenes, la brecha de exportación es de cinco puntos porcentuales en servicios, pero cuatro veces mayor en manufactura.

Si bien se trata de estadísticas muy convincentes que acentúan la importancia de desarrollar el sector de servicios TIC en las economías emergentes, un artículo reciente del Banco Mundial señaló que 3 mil millones de personas permanecen fuera de línea, con una gran mayoría procedente de países en desarrollo. La brecha de uso también sigue siendo un desafío, ya que cerca de la mitad (43%) de la población mundial no usó Internet móvil el año pasado, a pesar de vivir en áreas con cobertura de banda ancha móvil. Por lo tanto, fomentar la inclusión digital es de suma importancia. El artículo del Banco Mundial continuó afirmando que se estima que, dado que se espera que el 60% del producto interno bruto (PIB) mundial dependa de las **tecnologías de comunicación digital en 2022, las poblaciones vulnerables, tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados que no pueden conectarse o utilizar tecnologías digitales, corren el riesgo de quedarse atrás en la recuperación post-pandemia, lo que puede tener efectos colaterales potencialmente más graves.**



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

Para tener éxito en la exportación de sus servicios de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a clientes potenciales que no obtendrán un producto físico para evaluar, usted debe encontrar formas de demostrar el valor, la singularidad y la fiabilidad de su servicio. Su cliente potencial puede estar involucrado en el diseño y cumplimiento del servicio, y la entrega puede ser urgente. Demostrar que usted entiende y puede satisfacer sus necesidades específicas será de gran ayuda.



MANO DE OBRA EN DEMANDA EN SERVICIOS DE TECNOLOGIA DIGITAL POST-PANDEMIA

Por Theo Ward, Asociado de TFO Canadá

La gran pregunta para las empresas de servicios digitales que miran el mercado canadiense es “¿ha aumentado la pandemia las oportunidades?” La respuesta es sí, aunque la competencia de los proveedores también ha aumentado.

La mayoría de los sectores de tecnología en Canadá se desplomaron en los primeros meses de 2020. Sin embargo, la interrupción fue más corta para los sectores relacionados con las TIC, ya que las empresas en los espacios B2B y B2C cambiaron rápidamente a una fuerza laboral remota. En agosto de 2021, el Banco de Canadá publicó un [análisis interno](#) de la demanda laboral nacional desde el primer confinamiento por pandemia a mediados de marzo de 2020 hasta el tercer confinamiento a partir del 1 de abril de 2021. Encontraron una caída temprana y precipitada en la demanda general, seguida de un aumento constante en la demanda laboral que, para julio de 2021, superó la de principios de 2020. Este crecimiento reflejó la recuperación de la economía en general.

Curiosamente, la demanda de mano de obra calificada en tecnologías digitales cayó menos y se recuperó más rápido que todas las demás necesidades de habilidades después de ese primer confinamiento. Sin embargo, donde varió el crecimiento de la demanda de habilidades en tecnología digital fue que éste se aceleró considerablemente durante el segundo y tercer conjunto de medidas de confinamiento impuestas en Canadá, hasta el punto en que la demanda de habilidades digitales superó la de todos los demás sectores en un 40 % para mayo de 2021. Según el Banco de Canadá, este es un fenómeno de la recuperación de Canadá, ya que tal diferencia no existía antes de marzo de 2020.

Esa aceleración se debe, en parte, a la intensa demanda de transformación digital en todo el espectro económico. En una encuesta realizada por [EY Canadá](#) de 150 empresas canadienses a gran escala, el 63 % informó que la transformación digital es una alta prioridad para el crecimiento, incluyendo la mejora de infraestructura tecnológica y la analítica digital.

Canadá aún enfrenta la escasez de personal de TIC con experiencia que existía antes de 2020, y la demanda acelerada aquí y en los Estados Unidos sólo ha exacerbado el problema. Dicho esto, las empresas que buscan llenar el vacío enfrentan un nivel intensificado de competencia global de los mercados de suministro emergentes. Además, Canadá es un mercado más pequeño y más basado en las relaciones que su vecino del sur. Por lo tanto, se recomienda a las empresas extranjeras de servicios digitales que investiguen e identifiquen submercados específicos para apuntar en un sector que es tan amplio y diverso como el propio país.

Consulte el Documento de Información de Mercado actualizado recientemente sobre el [Sector de Servicios de Canadá](#) y esté atento a un nuevo informe sobre los subsectores TIC de Canadá que próximamente se publicará.

ACTUALIZACIONES REGIONALES

Asia y Medio Oriente

En el marco de [la Plataforma de Conocimiento de Mujeres en el Comercio \(WIT\) para impulsar el proyecto de crecimiento inclusivo y sostenible](#), TFO Canadá - en colaboración con sus socios regionales de investigación en el Instituto Asia-Mekong (MI) y el Centro Africano para el Estudio de las Economías de África (CSEA) - realizó con éxito el evento final de difusión de investigación en noviembre de 2022, en Ottawa, Canadá. Los socios de investigación presentaron todos los hallazgos de la investigación junto con las recomendaciones de política. Al enfocarse en las PYME en varios sectores de la actividad económica, el objetivo de este proyecto de investigación es examinar la relación entre el comercio, la creación de empleo para las mujeres y el empoderamiento económico de las mujeres. El proyecto también exploró cómo las PYME dirigidas por mujeres de países en desarrollo se benefician de las oportunidades comerciales internacionales, cuyos hallazgos pueden ser utilizados tanto por el sector público como por el privado a nivel nacional, regional y mundial.

El equipo de Asia está trabajando junto con sus socios en la selección de formación de 14 PYME de Bangladesh para que participen en la feria [NY Now](#) en febrero de 2023. El equipo también está impartiendo formación con perspectiva de género sobre preparación para la exportación a PYME de Jordania, Indonesia y Camboya.

Durante octubre de 2022, se brindó capacitación con perspectiva de género sobre preparación para la exportación a otras 62 PYME de Bangladesh (40 dirigidas por mujeres) del sector de alimentos procesados. También incluyó capacitación técnica sobre Igualdad de Género e Inclusión Social (GESI), comercialización digital, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y prácticas comerciales climatológicamente inteligentes.



Participantes en la formación en bangladeshi - octubre de 2022

ACTUALIZACIONES REGIONALES

África y Haití

Viaje de familiarización de mercado y SIAL París. TFO Canadá, en colaboración con instituciones de apoyo al comercio como [ASEPEX - SENEGAL EXPORT](#), [Chambre de Commerce et d'Industrie d'Antananarivo \(CCIA\)](#) y [Côte d'Ivoire PME \(CIPME\)](#), facilitó un viaje de acceso al mercado de siete días en París para 30 PYME de Côte d'Ivoire, Madagascar y Senegal. Las PYME visitaron distintos lugares y comercios de la ciudad para conocer mejor su mercado objetivo. Estas iniciativas se llevan a cabo en el marco del proyecto "Women in Trade for Inclusive Growth and Sustainable Growth", con el apoyo financiero del gobierno de Canadá proporcionado a través de Asuntos Globales Canadá.



Visita de monitoreo a Etiopía. TFO Canadá sostuvo una reunión de cortesía con S.E. Melaku Alebel, Ministro de Industria de la República Federal Democrática de Etiopía. TFO Canadá se enorgullece de implementar dos proyectos en Etiopía que se enfocan en los sectores de Prendas de Vestir y Textiles, Decoración del Hogar y Agroalimentos. En colaboración con nuestros socios, más de 230 PYME han recibido capacitación en preparación para la exportación y se están realizando preparativos para actividades de acceso a mercado con Compradores Canadienses e Internacionales.

Proyecto **Export Launchpad Uganda** iniciado por 13 meses con la Junta de Promoción de Exportaciones de Uganda (UEPB) y la aprobación del Ministerio de Finanzas. 112 PYME están destinadas a ser capacitadas en el marco de este proyecto junto con 50 instructores de capacitación de oficiales comerciales de distrito.

ACTUALIZACIONES REGIONALES

África y Haití

[Viaje de familiarización de mercados en Montreal - Centro de Facilitación de Inversiones \(CFI\) Haití](#) en Montreal. En colaboración con CFI Haití des Investissements y Expertos Canadienses, TFO Canadá organizó del 9 al 16 de noviembre de 2022 una misión de visita a Montreal para una delegación de PYME haitianas seleccionadas en el sector de la aromaterapia y agroalimentos con el fin de familiarizarse con el mercado canadiense.

ACTUALIZACIONES REGIONALES

América Latina y Caribe

A partir de octubre, el equipo de América Latina y Caribe (ALC) inició un seguimiento con las 20 empresas que participaron en la feria comercial SIAL 2022 en Montreal en abril de este año con el objeto de analizar el impacto que ha producido esta misión comercial en los últimos seis meses. Los resultados de esa encuesta fueron emocionantes, ya que las empresas peruanas reportaron un total de CAD\$758 325 en ventas de exportación, de los cuales CAD\$34 332 fueron logrados por una empresa dirigida por una mujer.

El equipo de ALC también está iniciando el proceso de selección de empresas para dos próximas actividades de acceso a mercados: una misión virtual para empresas colombianas lideradas por mujeres en el sector de servicios de TI, así como una misión de

exportadores peruanos a la feria CPMA 2023 en el sector de alimentos frescos. Del mismo modo, en Honduras, TFO Canadá y la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, están coordinando una próxima misión de compradores a Honduras para las empresas en los sectores del café, vegetales orientales y frutas exóticas.

En Guatemala, la ALC, Agexport, lanzó una encuesta de evaluación de género como parte de su Plan de Acción de Igualdad de Género e Inclusión Social (GESI). Se están recopilando datos para esta evaluación, que proporcionará información sobre los perfiles de las empresas dirigidas por mujeres dentro de la red de Agexport.



Compartir y conocer un resultado clave de la reunión con los Cónsules Generales con sede en Montreal

Noviembre 2022

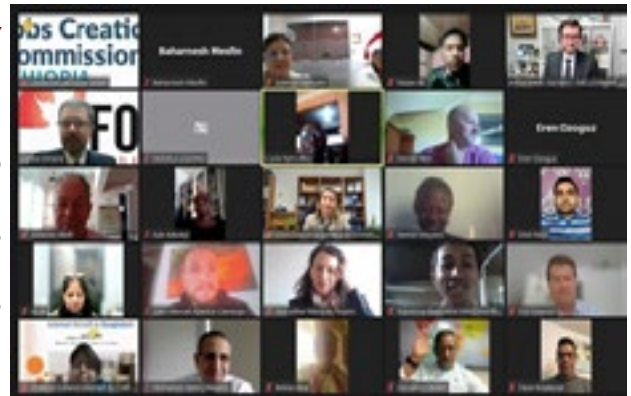
Por invitación de los Consulados Iberoamericanos de Montreal, se llevó a cabo una reunión de grupo entre TFO Canadá y los Cónsules Generales con sede en esta ciudad. El almuerzo de trabajo, presidido por el Sr. Nelson Olivero García, Cónsul de Guatemala, permitió a los Cónsules Generales destacar la importancia de una colaboración sostenida entre los Consulados y TFO Canadá. Steven Tipman, Director Ejecutivo de TFO Canadá, aprovechó la oportunidad para presentar su programación y destacó la importancia de los esfuerzos realizados con las PYME exportadoras en países emergentes y en desarrollo, particularmente en América Latina. Todos reconocieron la importancia de la equidad de género y la protección ambiental en el contexto del cambio climático.



Webinar: Lo esencial para iniciar un negocio de importación y exportación con Canadá

Diciembre 2022

Arnon Melo, presidente y cofundador de Mellohawk Logistics, impartió un webinar sobre "Los elementos esenciales para iniciar un negocio de importación y exportación con Canadá". Los debates abarcaron aspectos relacionados con la logística, el etiquetado y la interrupción de la cadena de suministro. Participaron más de 100 pequeñas y medianas empresas e instituciones de apoyo al comercio de África, Asia, América Latina y el Caribe. Aquí está [el link al webinar](#)



ACTIVIDADES DE TFO CANADÁ

Se completaron importantes actualizaciones al Documento de Información de Mercado de TFO Canadá sobre el sector de frutas y verduras procesadas en Canadá

Nos complace anunciar que hemos actualizado nuestro Documento de Información de Mercado (MIP por sus siglas en inglés) sobre frutas y verduras procesadas. Esta guía incluye información sobre tendencias y oportunidades, requisitos de ingreso al mercado y normas de envasado y etiquetado para pequeñas y medianas empresas (PYME) que intentan acceder al mercado canadiense de productos como alimentos congelados y alimentos enlatados y conservados. La guía completa está disponible en nuestro sitio web en [inglés](#), [francés](#) y [español](#). Asegúrese de estar registrado con nosotros para acceder al documento completo.



Resumen Ejecutivo

En cuanto a las tendencias, las importaciones en la categoría de conservas provisionales se han mantenido constantes (excepto para los mercados de cerezas en expansión), mientras que los mercados en el sector de alimentos enlatados se han contraído (ya que los canadienses han optado por estilos de vida más saludables que implican menos alimentos procesados y más productos frescos y comidas preparadas). Los mercados de alimentos congelados también se han reducido, excepto por la mayor demanda de frutas y verduras congeladas, las cuales tienden a ser más baratas que los productos frescos y aún ofrecen beneficios similares para la salud. Cabe destacar que ha aumentado la demanda de arándanos congelados, zanahorias congeladas, otras frutas congeladas y tomates enlatados. (Consulte la sección 3 para obtener más detalles sobre tendencias y oportunidades).

El MIP (sección 4) ofrece consejos sobre precios y márgenes de costos, cumplimiento de las regulaciones canadienses, requisitos de seguridad alimentaria y cómo planificar para situaciones que podrían salir mal. El empaque y el etiquetado también son de vital importancia, debido a las regulaciones detalladas, pero también debido al aumento de oportunidades (sección 5). Por ejemplo, en Canadá, la creciente demanda de envases biodegradables, reciclables y reutilizables está motivando a muchas empresas a desarrollar alternativas a los envases tradicionales. Debido a que el transporte de frutas y verduras procesadas puede ser complicado, también es importante comprender las reglas y oportunidades relacionadas con el transporte y la logística (sección 6).

Actualizaciones sobre los procedimientos para ingresar al mercado de Decoración del Hogar de Canadá

La versión más reciente del Documento de Información de Mercado (MIP) de TFO Canadá relacionado con los productos de decoración del hogar incluye una amplia gama de artículos para el hogar, productos en el sector de bricolaje, artículos de acento para decorar el hogar, productos decorativos y funcionales para cocinar y de mesa, artículos de regalo y artesanías, muebles pequeños y más. Los artículos de estos sectores están hechos de una gran variedad de materiales, incluyendo loza y terracota, vidrio, metales, telas y textiles, y materiales industrializados como las resinas.

El mercado en Canadá se estima en un valor minorista de más de CAD \$ 10 mil millones anuales. Las ventas minoristas están volviendo lentamente a sus niveles pre-COVID. El informe proporciona una descripción general de este mercado competitivo, así como sus principales características y tendencias. También brinda un perfil detallado de las importaciones que ingresan al país, mostrando la gran cantidad de participantes en el mercado.

Canadá, al igual que su vecino Estados Unidos, es un mercado muy sensible a los precios. El precio es a menudo uno de los factores determinantes más importantes en la decisión de compra del comprador y del consumidor final. La calidad es igualmente o más importante para ciertos productos. La originalidad del producto también es una consideración importante. Los consumidores valoran cada vez más los atributos socioambientales de los productos que compran. Por lo tanto, es muy importante que el exportador incorpore dichos atributos para captar el interés del comprador. La guía completa está disponible en nuestro sitio web en inglés. Las versiones en español y francés estarán disponibles en la primera semana de enero de 2023. Asegúrese de estar registrado con nosotros para acceder al documento completo.

Informes Regionales

Susan Baka, Representante Regional en Ontario

Conforme las ferias comerciales y conferencias se reanudaron con toda su fuerza este otoño, nuestra representante comercial de Ontario visitó [CHFA East](#), [Grocery Innovations Canada](#) y [Apparel Textile Sourcing Canada](#) – todas celebradas en Toronto –y presentó nuestros servicios para importadores a los expositores en las ferias. También hizo presentaciones a las delegaciones comerciales visitantes de [Nigeria](#), [Etiopía](#) y Jamaica y participó virtualmente en un panel de Nairobi sobre 'Desbloquear el potencial de las mujeres para comerciar de manera sostenible' en la [Conferencia Comercial de África 2022](#). Las conferencias a las que ella asistió incluyeron el [Foro Global de Toronto](#), con un panel latinoamericano de Embajadores y [Accelerating Africa 2022](#), un evento presentado por [la Cámara de Negocios Canadá-África](#) que tuvo lugar en forma presencial tanto en Toronto como en Johannesburgo.

Jacques Nadeau, Representante Regional en Quebec

Bajo los auspicios de la Université du Québec à Montréal-UQAM y su organizador, Karl Miville de Chêne, se llevó a cabo el 8 de noviembre de 2022 un Seminario sobre los mercados de los países africanos en el contexto de la agilidad organizacional. Las principales organizaciones del África francófona presentaron su visión y los esfuerzos de desarrollo del país. Los embajadores de Malí (Su Excelencia Fatima Braoulé Meité) y Costa de Marfil (Su Excelencia Bafétigué Ouattara), así como el asesor económico de Senegal (Sr. Zaccaria Coulibaly) se dirigieron a la audiencia. Investissement Québec, Asuntos Globales Canadá, Repaf y TFO Canadá también presentaron los compromisos de sus organizaciones. Es importante señalar el gran interés en la nueva Zona de Libre Comercio Continental Africana (AfCFTA), que abre prometedoras perspectivas de desarrollo regional para los países africanos.

El representante regional de TFO Canadá coordinó reuniones exploratorias con la Universidad HEC Montreal para promover la creación de nuevos estudios de entrada en el mercado, en el marco de los programas piloto de bachillerato y el programa de MBA. TFO Canadá espera con interés la continuación de las conversaciones con la Universidad HEC de Montreal hacia la fructificación de esta iniciativa.

NUEVO PERSONAL

Ines Mungayizi Oficial de Proyectos para África



Ines Mungayizi se incorporó a TFO Canadá en noviembre de 2022 como Oficial de Proyectos para África. Ella aporta nueve años de experiencia profesional progresiva en desarrollo internacional y consultoría. A lo largo de su carrera, Ines ha acumulado sólidas habilidades analíticas, de investigación y de implementación de proyectos. Sus áreas de experticia incluyen prestación de servicios públicos, participación del sector privado, el emprendimiento impulsado por impacto y generación de empleo. A través de sus funciones anteriores, Inés estuvo expuesta a varios sectores y subsectores, incluyendo agricultura, servicios financieros, aprendizaje permanente y transporte urbano. También interactuó y colaboró con grupos de interés de las esferas privada, pública y sin fines de lucro, incluyendo Empleo y Desarrollo Social de Canadá (ESDC), la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (SIDA), la Embajada de Suiza en Tanzania, la Fundación Bill y Melinda Gates, el Ministerio de Agricultura y Cooperativas de Tanzania, el Ministerio de Minerales y Energía de Tanzania, Eco Bank Tanzania y el Banco Mundial de Tanzania.

Inés tiene una perspectiva global que la llevó a seguir su educación fuera de su país de origen, Tanzania. Tiene una Licenciatura en Economía y Estudios Ambientales de la Universidad de Connecticut en los Estados Unidos. Como parte de la carrera, pasó un semestre en la Universidad de Melbourne en Australia. Entre 2020 y 2021, Ines realizó y completó una Maestría en Políticas Públicas de la Universidad McGill en Canadá.

Chafik Awal Gerente de Proyectos para África

Chafik Awal se incorporó a TFO Canadá en diciembre de 2022 como Gerente de Proyectos para África. Es responsable del diseño, implementación, monitoreo y reporte de las actividades relacionadas con el comercio en la región.

El aporta más de 15 años de experiencia profesional en el desarrollo de negocios internacionales en África, la UE y Canadá. Recientemente trabajó como comisionado de comercio en la Embajada de Canadá en Túnez durante cuatro años a cargo de varios sectores (aeroespacial y defensa, educación internacional). Chafik tiene sólidas habilidades analíticas, de investigación y de gestión de proyectos. Su experiencia previa incluyó cuatro años como oficial de proyectos en Enterprise Europe Network (EEN) y 10 años como gerente de marketing digital en CEPEX (Centro de Promoción de Exportaciones - Ministerio de Comercio de Túnez). Participó y organizó muchos eventos B2B en varias exposiciones y ferias comerciales internacionales. Las áreas de experticia incluyen la identificación de las necesidades de los empresarios, la realización de estudios de mercado y la identificación de nuevas oportunidades comerciales.

Chafik es bilingüe. Habla inglés y francés, y tiene títulos en Negocios y Tecnología de la Información, incluyendo una Maestría Ejecutiva de SAA - Escuela de Administración de la Universidad de Torino (Italia), una Licenciatura de la Universidad Virtual de Túnez y una Licenciatura en Tecnologías de Información de la Universidad de Sousse



FELICES FIESTAS



MAMBO STUDIOS: CRECIMIENTO SOSTENIDO PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO

Mambo Studios es una empresa colombiana de servicios creativos que elabora publicidad para empresas, incluyendo animaciones, videos, gráficos, gráficos animados y servicios innovadores. La compañía compartió actualizaciones sobre su reciente éxito de exportar desde Colombia gracias a su trabajo con TFO Canadá.

El componente de género es clave e incluye la meta de lograr el 50% de participación de mujeres. En 2020 el equipo estaba compuesto por seis personas, aumentando en 11 en 2021, y alcanzando ahora los 32 empleados, de los cuales 17 son mujeres. De los principales puestos de la empresa, la gerente de proyecto y la supervisora de administración son mujeres. Este porcentaje de participación 50/50 se ha mantenido estable, pero con un gran crecimiento en el número de mujeres. Asimismo, 30 de 32 son menores de 26 años, ya que la empresa se enfoca en promover el talento joven y la igualdad de género, y el 60% del equipo proviene de las poblaciones más vulnerables de Colombia.

Un apoyo clave que la empresa recibió a través de TFO Canadá fue el desarrollo de un estudio de ingreso al mercado (MES) en 2021 por parte de un grupo de consultores del programa MBA de la Universidad de Concordia. Según Juan Manuel Duque, CEO de Mambo Studios, *"ésta ha sido una de las experiencias de consultoría más enriquecedoras que he recibido como emprendedor. El trabajo de los dos consultores fue extremadamente detallado. Rara vez he encontrado personas que entiendan nuestra industria y negocio como ellos. Lograron entender cómo podía crecer la empresa y establecieron una estrategia que sería exitosa, y lo hicieron de una manera muy completa y profesional, con un increíble entendimiento de la industria y de nuestros procesos. El documento generado ha sido una excelente guía para nosotros enfocar todo nuestro negocio de exportación."*



MAMBO STUDIOS: Continuación

Los resultados de la implementación del desarrollo de la estrategia de los estudios de ingreso al mercado fueron sin duda beneficiosos. Mambo Studios ha experimentado un crecimiento sostenido y sin precedentes en sus actividades de mercado. Las ventas de la empresa aumentaron un 67 % entre 2020 y 2021, seguido de un 186 % adicional entre 2021 y 2022. Mambo Studios es una empresa orientada a la exportación, ya que exporta el 95 % del valor de su producción. Sus principales mercados incluyen Estados Unidos y Canadá. Además, la empresa ha diversificado sus mercados, incluyendo nuevos países de destino como Portugal, Países Bajos y Reino Unido.

Mambo Studios está creciendo en el mercado canadiense y ha aumentado su número de socios estratégicos en Canadá de uno a tres. Por ejemplo, la empresa trabajó recientemente con una agencia de contenido multicultural en Toronto en un comercial producido para Western Union en Colombia.

"Para las empresas en general es clave invertir en contenidos audiovisuales e invertir en animación para explicar cómo funcionan sus productos y servicios y en qué se diferencian", añade Duque. *"Mira a los proveedores en el exterior, que van a permitir mejores retornos y márgenes al contratar un proyecto, no sólo por competitividad en precio sino porque van a obtener excelente calidad y respuesta. Para las empresas de mi industria, siempre las motivaré a exportar. La exportación de servicios es la clave, que permite la competitividad de las empresas en países en desarrollo".*

Duque recomienda encarecidamente que las empresas aprovechen los programas que ofrece TFO Canadá. *"Nuestra empresa se ha beneficiado de dos iniciativas gracias a TFO Canadá: el programa Gateway to Trade fue la oportunidad de ingresar al mercado canadiense y comenzar a generar cartera y rentabilidad en Canadá, y el programa MBA fue el siguiente paso en cuanto a cómo necesitamos crecer. Siempre alentaría a las personas a conectarse y aprovechar los recursos disponibles".*

Duque también enfatiza que el mercado canadiense valora el multiculturalismo, con contenido adaptable en inglés y francés, y le da importancia a la representación de equidad de género.

Los proyectos futuros están en marcha. *"Estamos buscando clientes finales, ya que antes la empresa trabajaba bajo un modelo de intermediación a través de agencias",* dice Duque. *"Esta estrategia vino después de la recomendación de la consultoría con Concordia. Canadá es uno de los mercados meta clave para 2023 y estamos comprometidos a mantener una participación mínima del 50 % de mujeres como parte de los objetivos estratégicos de la empresa".*

TFO Canadá se complace en ver cómo las PYME aplican las estrategias desarrolladas en el marco del programa MBA con universidades canadienses seleccionadas. TFO Canadá está comprometida con la igualdad de género y la inclusión social a través de nuestro trabajo creando asociaciones empresariales sostenibles para exportadores de países en desarrollo. Nos gustaría dar las gracias a Juan Manuel Duque por su compromiso y por compartir estas experiencias.

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

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

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

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