

INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

Cómo internacionalizar tu empresa hacia la Unión Europea

Nov – Dic 2020

Expositor: Mag. Lic. Gastón Turcatti



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR



PRINCIPALES DIFERENCIAS RESPECTO DE LAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL MERCADO DOMESTICO

- Idiomas distintos.
- Culturas distintas.
- Mercados distintos.
- Competidores distintos.
- Formas de comercializar distintas.
- Objetivos distintos.
- Estrategias distintas.
- Conocimientos de tu marca distintos.
- Empleo de las herramientas de forma distinta.



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea

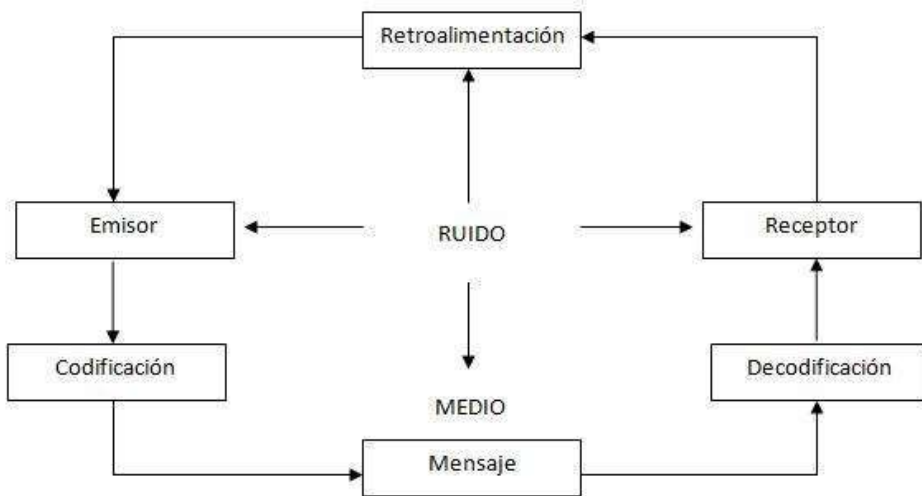


Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

MODELO DE COMUNICACIÓN



Kotler, Phillip: "Dirección de Marketing"

- El ruido se ve aumentado por:
 - Las diferencias culturales
 - Diferencias de lengua
 - Distancia geográfica.
 - Medios por los cuales se establece la comunicación.

ELECCION DEL MENSAJE:

- **Contenido del mensaje**
 - El qué

- **Estructura del mensaje**
 - El cómo (lógica)

- **El formato del mensaje**
 - El cómo (símbolos)

IMPORTANCIA DE LAS HERRAMIENTAS EN EL COMERCIO EXTERIOR

- Distancia geográfica
- Desconocimiento de la marca
- Desconocimiento de la empresa
- Desconocimiento del país
- Distancias culturales



HERRAMIENTAS UTILIZADAS EN EL COMERCIO EXTERIOR

- **Argumentario de venta**
 - **Mail de presentación**
 - **Catálogo institucional**
 - **Catálogo de productos**
 - **Lista de precios FOB**
 - **Video institucional**
 - **Página web**
 - **Muestras**

RECOMENDACIÓN

Vigile su lenguaje

Malas traducciones en:

- Etiquetas y contra etiquetas
- Packing
- Catálogos.
- Paginas web.
- Videos.
- Etc



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Contraetiqueta:



...dulce de leche natural y exquisito

Al portugués:

...doce de leite natural e exquisito

1. Não usual; fora do comum; raro Raro,
2. Precioso, fino, invulgar Excelente,
3. Delicioso, requintado Delicado, apurado, requintado
4. Excêntrico, estranho, extravagante
5. Bras. Fam. De mau aspecto; feio e/ou malvisto.

RECOMENDACIÓN

Vigile su lenguaje

Cuidado con nombres que tengan un significado distinto en la lengua del país de destino:

- Productos
- Marcas
- Lineas.



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay



INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea





INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



MAIL DE PRESENTACIÓN

- No debe tener imágenes
- No debe ir en archivo adjunto
- No puede ser mas de una carilla, intentar de que sea lo mas breve posible.
- Solo tiene sentido enviarla si en los días siguientes se llama por teléfono.

■ ESTRUCTURA:

- 1) Presentar la empresa (diferenciación)
- 2) Presentar los productos (página web)
- 3) Experiencia en Negocios
- 4) Motivo del contacto

• EJEMPLOS



MAIL DE PRESENTACIÓN

Ventajas: alta selectividad, totalmente adaptable, muy bajos costos

Desventajas: no es interactiva

Tiene el objetivo de presentar a la empresa, sus servicios y productos a otras empresas, instituciones o particulares



CATÁLOGOS

- ¿Para que sirven? Muestran la empresa y sus productos
- Diferentes tipos: Empresarial, de productos o mixto
- Características fundamentales: Estructura, idioma, aspectos culturales (Colores, palabras, números, etc)
- Aspectos a tener en cuenta: Actualizaciones, costos, etc
- Ejemplos

CATÁLOGOS

Ventajas: presenta mucha información

Desventajas: no es interactiva, costos más elevados

Presenta los servicios y productos de la empresa de una manera más detallada, generalmente cuando ya hubo interacción previa

Intenta captar la atención de quien lo recibe, brindando información detallada y técnica



PAGINA WEB

- ¿Para que sirve? Muestra a la empresa en el exterior
- Aspectos a tener en cuenta: Idiomas, Fotos, Información, Comercio Exterior, Datos de contacto
- Ejemplos



MUESTRAS

- ¿Para que sirve? Dar a conocer el producto
- Aspectos a tener en cuenta: ¿Se puede enviar? ¿Cómo? ¿Cuánto cuesta? etc
- Ejemplos



TARJETAS DE VISITA

Ventajas: fácil de cargar y entregar, contiene datos básicos de contacto

Desventajas: puede pasar desapercibida, se puede perder

Busca iniciar un contacto con el potencial cliente, individualizando en una persona, el contacto con la empresa



VIDEOS INSTITUCIONALES

- **¿Para que sirve?: Dar a conocer la empresa y su proceso productivo.**
- **Aspectos a tener en cuenta: Idioma, subtítulos, extensión, contenidos, calidad.**
- **Ejemplos**



LISTA DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN

- Incluir forma de pago
 - Incluir pedido mínimo
 - Ofrecer otras opciones de INCOTERMS
 - Dólares o euros (nunca en la moneda local)
-
- ESTRUCTURA:
 - 1) No incluir los costos fijos
 - 2) Siempre por unidad de venta (facilitar el análisis)
 - 3) Hoja membretada
 - 4) Es el primer contrato de compra venta

INSPYRAME UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay