



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

# FORTALECE TU NEGOCIO EN EL EXTERIOR CON UNA ADECUADA IMAGEN CORPORATIVA

---

Lima, 11 de mayo de 2022

**César Guevara  
Linares**

**Gerente General -  
Full Global Business**

**FULL GLOBAL BUSINESS**  
Haciendo negocios con el mundo

[info@fullbusinessglobal.com](mailto:info@fullbusinessglobal.com)

## César Guevara Linares

### Gerente General - Full Global Business

Consultor de negocios internacionales y marketing con experiencia comercial en empresas de la Región Latinoamérica y Asia. Gerente General de Full Global Business. Facilitador y coordinador de viajes de negocios internacionales, misiones tecnológicas, académicas y expositor internacional.



# Contenido



## 1.- ¿QUÉ ES?

¿Qué es Imagen Corporativa?



## 2.- ASPECTOS

Aspectos a considerar al momento de desarrollar la Imagen Corporativa de una empresa exportadora.



## 3.- USOS

La Imagen Corporativa como una estrategia de negociación internacional.

1

¿Qué es Imagen  
Corporativa?

# ¿Qué es Imagen Corporativa?

- Es la **percepción** que tiene un determinado público sobre su empresa.
- Es la **primera impresión** que causamos a nuestro público objetivo (clientes).
- Es la **carta de presentación** que nos acompañará en las diferentes relaciones con nuestros clientes o potenciales clientes.
- Es **fundamental para las futuras relaciones** que tiene nuestra empresa o nuestra marca con su mercado objetivo.





vs.

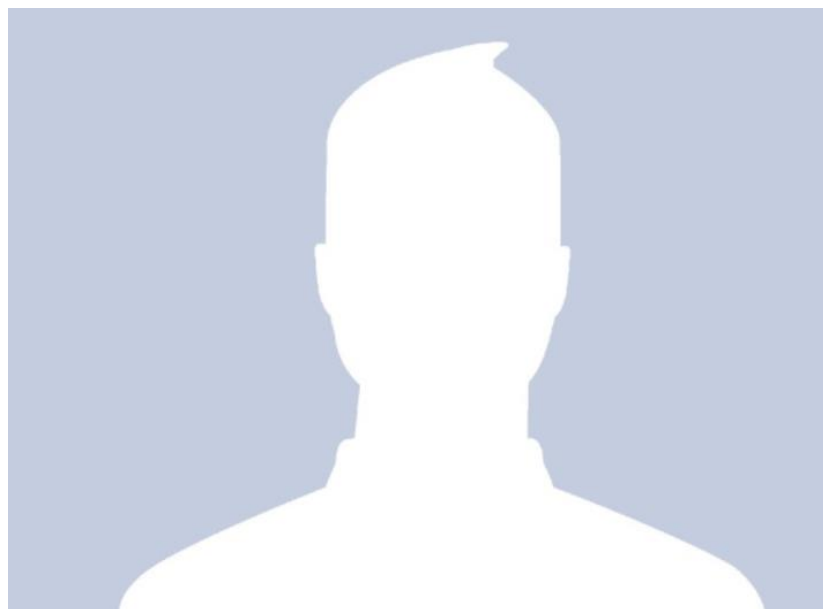




**VS.**



elexportador\_2020@hotmail.com



VS.

sunombre@suempresa.com



Sin sitio web



www.sunombre.com

VS.



# ¿Para que nos sirve la Imagen Corporativa?

## I.D.P.

1. I de Identificar.
2. D de Diferenciación.
3. P de Posicionamiento.



# Reflexión...



**Philip Kotler**  
Líder en Pensamiento de Marketing  
Consultor de varias firmas internacionales como:  
AT&T, IBM, General Electric, Honeywell, Bank of America, Merck, SAS Airlines, Michelin, McDonald's, Motorola, Ford Motor, etc.

**“SI NO ERES UNA MARCA SERÁS UNA MERCANCÍA”**

**GMB** Global Marketing & Business Management  
**COMPRENDE EL MERCADO Y CONQUÍSTALO**

# El poder de la MARCA



# 2

**Aspectos a considera al momento  
de desarrollar la Imagen  
Corporativa de una empresa  
exportadora**

# Aspectos a considerar

1. Debe reflejar o proyectar “**la forma de ser**”, la esencia, los valores de la empresa. Por ejemplo: calidad, profesionalismo, creatividad o experiencia.

Estos valores deben ser reflejados de manera gráfica y visual a través de colores, formas, símbolos, textos (tipografía).

**Recomendación:** antes de desarrollar su imagen corporativa debe trabajar un **BRIEF**.



# El color comunica

PSICOLOGÍA DEL COLOR

QUÉ TRANSMITEN Y QUÉ MARCAS LO USAN

ROJO	AZUL	VERDE	AMARILLO	NARANJA	VIOLETA	ROSA	MARRÓN	GRIS	NEGRO
DINAMISMO	PROFESIONAL	NATURALEZA	CALIDEZ	INNOVACIÓN	LUJO	DIVERSIÓN	MASCULINO	AUTORIDAD	PODER
CALIDEZ	SERIEDAD	ÉTICA	AMABILIDAD	MODERNIDAD	REALLEZA	PRESUMIDO	RURAL	OPACIDAD	SOFISTICADO
AGRESIVO	INTEGRIDAD	CRECIMIENTO	POSITIVIDAD	JUVENTUD	SABIDURÍA	INOCENCIA	NATURAL	SENCILLEZ	PRESTIGIO
PASIÓN	SINCERIDAD	FRESCURA	ESTIMULANTE	DIVERSIÓN	DIGNIDAD	FEMENINO	TIERRA	RESPECTO	VALOR
ENERGÍA	CALMA	SERENIDAD	ALEGRÍA	ACCESIBILID.	MISTERIO	DELICADEZA	SIMPLICIDAD	NEUTRAL	ATEMPORAL
PELIGRO	INFINITO	ORGÁNICO	LUMINOSO	VITALIDAD	ESPIRITUAL	ROMÁNTICO	RÚSTICO	HUMILDAD	MUERTE
Nintendo	Ford	GREENPEACE	DHL	SOUNDCLOUD	YAHOO!	Barbie	ups	SWAROVSKI	NIKE
Coca-Cola	f	Android	McDonald's	Google	Cadbury	Ribbon	AKAR	Apple	BMW

# El color comunica

¿Qué color, imagen, símbolo, objeto, u otro elemento tienes en tu empresa para que te sirva de inspiración o sea parte de tu imagen corporativa?

Google



# Aspectos a considerar

2. Que sea coherente, es decir que a través del tiempo este unificada, que no cambie sino evolucione.

Se deben respetar los parámetros inicialmente definidos, por ejemplo: colores, símbolos, tipografía.

Los cambios deben ser planeados en función de una necesidad, estrategia comercial o debido a cambios en el comportamiento del consumidor, pero siempre considerando los parámetros inicialmente establecidos.





# Aspectos a considerar

## 3. Debe ser única y diferente.

Como es el primer impacto que tendremos con nuestro público objetivo, debemos entender que **lo que debemos de mostrar sea único.**

Se recomienda **hacer benchmarking**, analizar otras marcas de su rubro o conocer bien a su competencia para lograr diferenciarse.



# Aspectos a considerar

4. Su Imagen Corporativa debe construirse para que se adecue a medios digitales.



Psycho Bunny



Tommy Hilfiger



Pierre Cardin

# 3

La Imagen Corporativa como una estrategia de negociación internacional.





Es el momento de comunicar a nuestros potenciales clientes, de forma gráfica, quiénes somos y qué estamos haciendo.

**Construye tu imagen.**

# Logotipo

Elemento gráfico que identifica y/o representa una marca, una empresa o un producto.



# Datos de contactos



# Datos de contactos

**JUAN PEREZ ALVA**  
Gerente General

 jperez@companyname.com

 (51-1) 467 5490  +51 996 854 654

 Av. Gamarra 767, La Victoria,  
Lima, Perú.

[www.companyname.com](http://www.companyname.com)

**Lima**

**JUAN PEREZ ALVA**  
Gerente General

 jperez@companyname.com

 (51 44) 721874  +51 996 854 654

 Av. Gamarra 767, Trujillo, Perú.

[www.companyname.com](http://www.companyname.com)

**Provincias**

# Fotografía de los Productos

Sus productos o servicios son lo más importante de su empresa, debe darle su lugar con una **excelente, nítida y bien trabajada fotografía**, la misma que será usada en las diferentes piezas de comunicación de su empresa.



# Fotografía de los Productos



# Página Web

La página web debe estar orientada a ofrecer información de los productos y entender el “**Core business**” (giro de negocio) a través de una comunicación visual (imágenes).

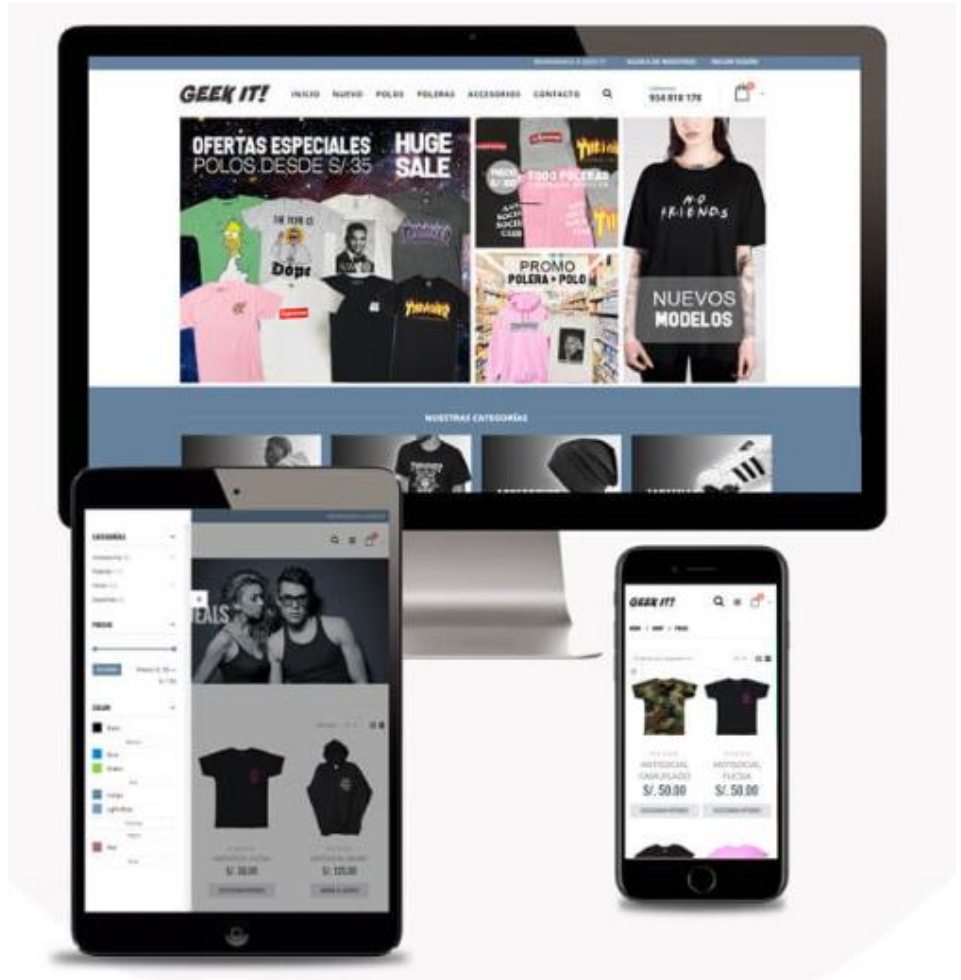
## Errores comunes:

- Extensos textos contando la historia de la empresa u otra información no relevante.
- Teléfonos y datos de contacto no actualizados.
- Escasa información de los productos.
- Mala calidad de imágenes y fotografías.
- **No renovar anualmente el dominio.**



# Página Web responsive

La **pagina web debe ser responsive** es decir, su diseño se debe adaptar a la forma de cualquier dispositivo móvil, como: celular, tableta y pc.



# E-commerce

En los tiempos actuales, no basta con tener un sitio web, necesitamos contar con un **e-commerce** o **tienda virtual** para invitar a nuestros clientes a **COMPRARNOS**.

También exponer nuestros productos en Marketplace especializados del sector.



# Pagina Web - Producto

[Home](#) > [Moda Feminina](#) > [Roupas](#) > [Blusas & Tops](#) > [Blusa Tricot Gola Quadrada Acabamento Arredondado](#)



## Blusa Tricot Gola Quadrada Acabamento Arredondado

R\$ 159,90 5x R\$ 31,98

☆☆☆☆☆ Escrever avaliação

♥ Adicionar aos seus desejos

Cor: VERDE ESCURO



Tamanho:



FIT FINDER [Encontrar seu tamanho](#)

COMPRAR

### Descrição E Detalhes

BLUSA TRICOT GOLA QUADRADA ACABAMENTO ARREDONDADO sempre será aquele básico do coração. Se você usar em um visual casual vai ficar perfeito. A peça tem silhueta justa, manga curta e estrutura em malha retilínea.

- Silhueta justa
- Leve
- Manga curta
- Manga justa
- Decote u
- Costas abertas
- Macio
- Textura lisa
- Sem forro
- Estrutura do material: malha

### Instruções de lavagem da peça:

- Lavar a mão - temperatura máxima 40°C
- Não alvejar - não branquear
- Não secar em tambor
- Secagem em varal a sombra
- Não passar
- Não limpar a seco

Código do produto: 50501361\_0290

Composição +

Tamanhos E Medidas +

Sustentabilidade E Impacto +

Frete E Devoluções +

# Presentaciones Corporativas

Documento PDF, debidamente diseñado, que muestra la presentación de la empresa, resumen de los productos o servicios, la propuesta de valor y datos de contacto. Su uso es digital, útil para realizar presentaciones por cualquier medio digital y principalmente para envíos de correos electrónicos.



**ABOUT US**

DISMAS SAC is an agribusiness company founded as a part of FONSELLA group, who has an extensive experience in distribution in Peruvian markets. We are specialists in trade with Superfoods including dried fruits, and other grains and seeds. We have the goal of developing and contributing responsibly to the production chain involving producers, farmers and many families.

**SOCIAL RESPONSIBILITY**

DISMAS's policy is based on an honest and long-term relationship with our partners from different regions of Peru, to maintain a beneficial business. Our commitment is creating a positive environment in order to promote fair trade and economic growth.

**WHAT ARE SUPERFOODS?**

These are foods with high content of nutrients, vitamins and especially antioxidants that are beneficial for the human health.

Our superfoods are originally from Peru, a mega diverse country that owns an extraordinary variety of quality foods. It is for that reason we focus on providing the best products in the world.

**OUR PRODUCTS**

**SUPER FRUITS**

- Dried Golden Berry
- Dried Mango
- Lucuma Powder
- Camu Camu Powder

**DRIED GOLDEN BERRY**  
Born in the Peruvian highlands and consumed by the Inca, it has antioxidant, diuretic and cardiostimulatory properties, including a lot of content of vitamins.

**DRIED MANGO**  
Mango is one of the principal exportation products in Peru. Highly valued for its nutritional properties, rich in iron, calcium, potassium and vitamins.

**LUCUMA POWDER**  
Native fruit cultivated in our Andean valley, a fine carbohydrate, vitamins and minerals product for including in the diet. One Good source of phosphorus, calcium, iron and zinc.

**CAMU CAMU POWDER**  
Camu camu has its origin in the Amazonian rainforest, its Vitamin C, composed with an orange, is higher and possesses a great content of antioxidants.

**Contact Us**  
DISMAS

Address: \_\_\_\_\_  
Phone: (011) 996 9168  
Email: \_\_\_\_\_

**Super Foods for Super Health**

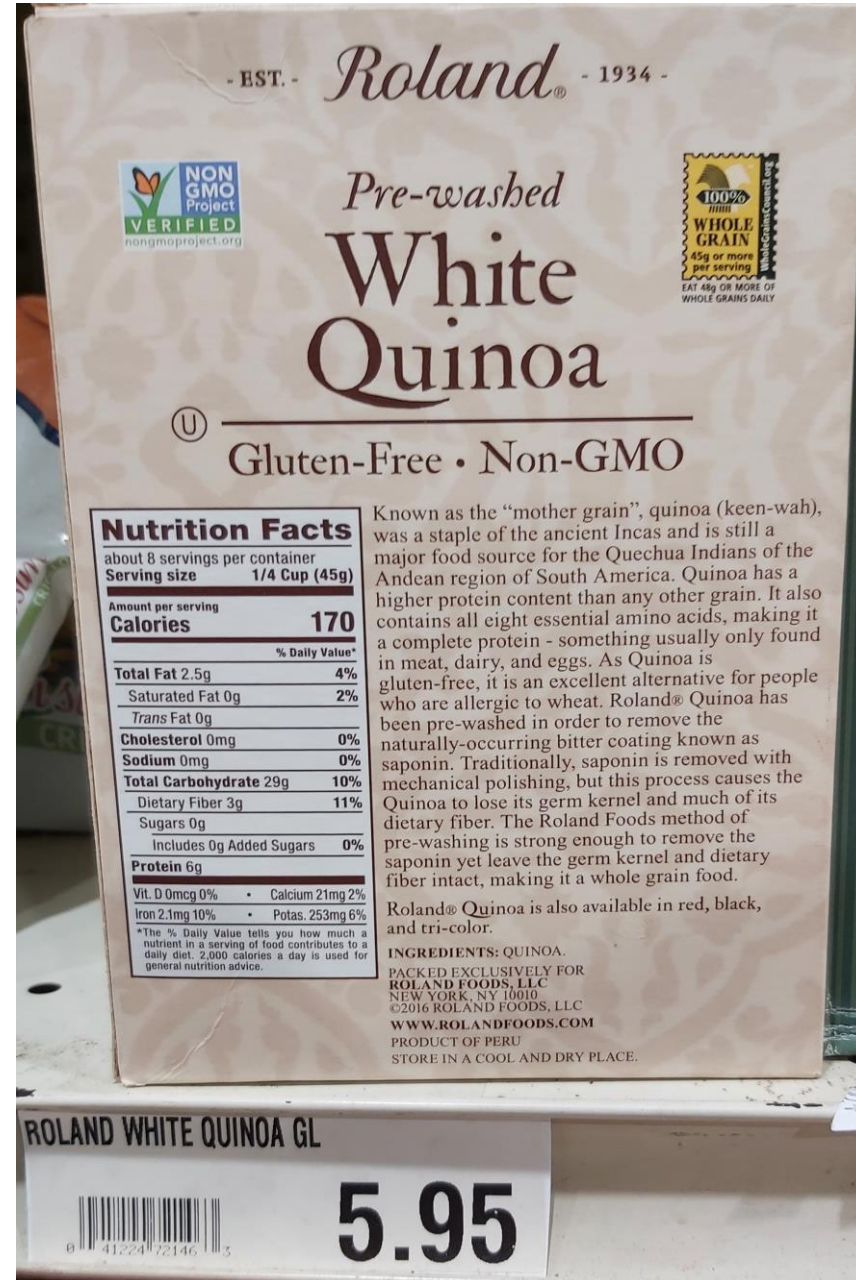
# Propuesta de Valor



# Productos con Valor agregado



# Productos con Valor agregado



# Catálogos

Documento que muestra los productos con toda la **información relevante y de valor para que el comprador no tenga que contactarlo** para solicitarle datos generales. Se recomienda indicar:

- Partida arancelaria.
- Certificaciones.
- Cantidad de pedido mínimo.
- Estacionalidad.
- Tiempos de despacho y entrega.
- Mostrar el detalle de los embalajes o mostrarlo gráficamente.

**¡IDEAL PARA TODA LA FAMILIA!**

**Una Opción muy Saludable.**

**Beneficios de tomar SOYALAC *Chocolate***

ES UNA BEBIDA CON ALTO CONTENIDO DE PROTEÍNA DE ORIGEN VEGETAL, IDEAL PARA EL CONSUMO DE TODA LA FAMILIA YA QUE CONTIENE CALCIO PARA FORTALECER TUS HUESOS, ADemás QUE POR SU EXCELENTE SABOR, ES AGRADABLE PARA NIÑOS Y ADULTOS.

**Propiedades y Ventajas competitivas de SOYALAC:**

- ✓ RICA EN PROTEÍNAS
- ✓ RICA EN FIBRA
- ✓ NO CONTIENE GLUTEN
- ✓ NO CONTIENE LÁCTOSA
- ✓ LIBRE DE COLÉSTEROL
- ✓ LIBRE DE GRASAS SATURADAS

**Recomendaciones de uso:**

COMO SUSTITUTO DE LECHE DE VACA, PARA PREPARAR LICUAPOS CON FRUTAS, PARA PREPARAR UN RICO CEREAL, COMO BEBIDA REFRESCANTE.

**BEBIDA EN POLVO**

**CODIGO PRODUCTO**  
7-903034-271181

**CODIGO CAJA**  
1 90 3034 2711 8

**110 G**  
BOLSA 110 G

**24 cm**  
**3.8 cm**

**11 cm**  
**27 cm**  
**21 cm**  
CAJA 12 PZAS / 100 G  
PESO CAJA: 1.100 Kg

**135 cm**  
**160 cm**  
**122 cm**  
CAJA 3 Cajas 11  
ESTIBA 3 CAJAS 11  
PESO PALETE: 840.0 Kg

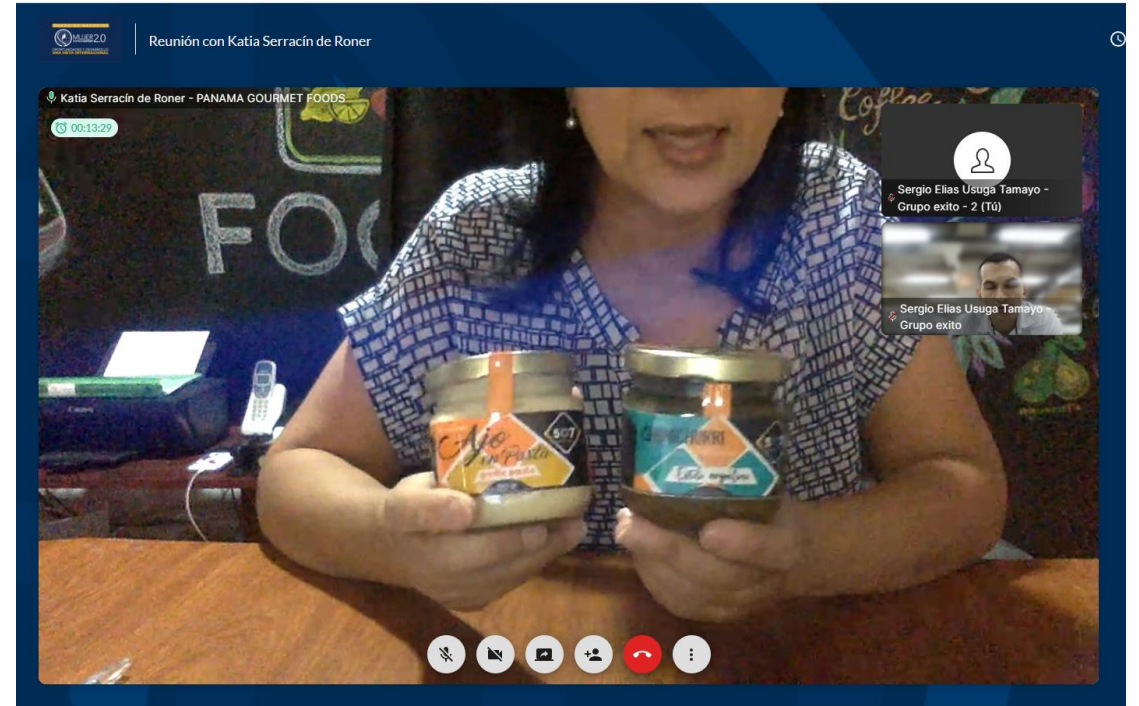
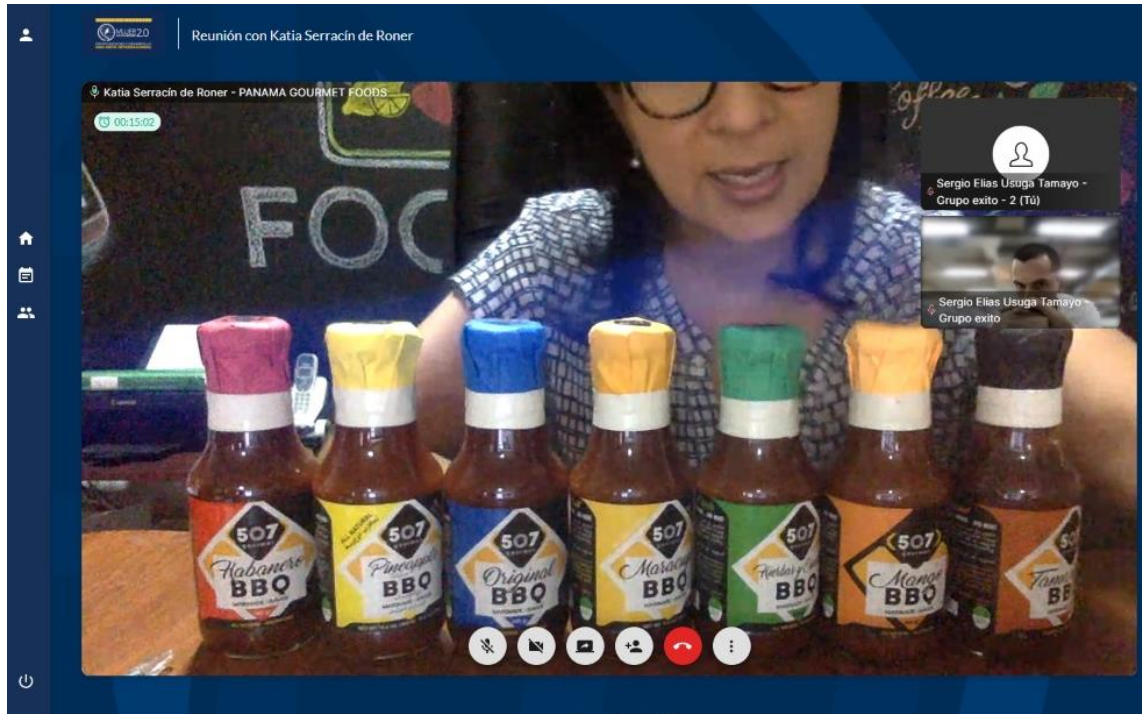
# Embalajes y presentación de la unidad de carga



# Herramientas de comunicación



# Comunicación on line



# Comunicación on line



# Firmas Electrónicas



[Redacted Name]  
 Coordinadora Duty Free - Trade Marketing  
 Casa Cuervo México S.A de C.V.  
 Guillermo González Camarena 800, 4to Piso, Santa Fe, CDMX  
  
 Móvil: 55-2 [Redacted]  
 Tel. [Redacted]

**César Guevara Linares**  
 Gerente General

Av. El Ejército 1062, Ofc. 402B,  
 Miraflores, Lima, Perú.  
 info@fullbusinessglobal.com  
 (+51) 966 814 745  
 (511) 469 5590  
 www.fullbusinessglobal.com



# Elementos impresos: brochures, papelería, y más

- 1. Todos los elementos corporativos impresos deben estar alineados a la imagen corporativa de la empresa.
- 2. Deben estar adecuados al mercado de destino.

