

Exportando con **Exporberto**



TEMA:
**¿CÓMO APLICAR IMAGEN
CORPORATIVA PARA EL
MERCADO INTERNACIONAL?**

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

Presentación del tema	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
Introducción	2
4. ¿Cómo aplicar la imagen corporativa al mercado internacional?	3
4.1. Logotipo	3
Google	4
Lego	4
Nike	5
4.2. Tarjetas de presentación (Business cards)	5
4.3. Página web	7
4.4. Correos corporativos y firmas electrónicas	8
4.5. Presentaciones corporativas digitales	10
4.6. Herramientas de comunicación digital	11
4.7. Brochures y otros elementos impresos	12
Referencias bibliográficas	13
Sobre PROMPERÚ	14
Contáctanos	14

Presentación del tema



Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

Objetivo general

A través de este módulo podrás conocer los procesos que debe llevar a cabo un exportador para conocer los aspectos de la imagen corporativa.

Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del tema “¿Cómo aplicar la imagen corporativa al mercado internacional” podrás:

- Identificar las principales herramientas de la imagen corporativa utilizadas en el comercio internacional como el logotipo, las tarjetas de presentación, la página web, el correo corporativo y la firma electrónica, las presentaciones corporativas digitales, las herramientas de comunicación digital y los brochures y otros elementos impresos.

Introducción

En la actualidad, cualquier empresa, institución pública o privada, producto o servicio requieren incuestionablemente una imagen corporativa oficial para comunicarse con el público que los identifique y distinga, y que contribuya al pleno conocimiento de sus servicios.

En un mercado cada vez más saturado y competitivo, las empresas necesitan desarrollar una imagen corporativa sólida que transmita confianza y les permita diferenciarse. Las nuevas formas de comunicación que han surgido con Internet son un medio excelente para reforzar esa imagen corporativa, siempre y cuando formen parte de una planificación estratégica coherente.

La imagen corporativa es la **percepción del público sobre una empresa**, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores sobre la entidad. Esa imagen no depende únicamente de los productos y servicios que ofrece la empresa sino también de la relación que establece con sus clientes, trabajadores y la sociedad en general.

También refleja la personalidad de una organización; esto comprende la filosofía, misión, visión, valores y la percepción de los clientes (positiva o negativa), en base a sus expectativas y la valoración del producto o servicio. La imagen corporativa surge a partir de una fusión entre el servicio que se ofrece y la identidad corporativa (cultura interna entre miembros de la organización) y su protagonismo dentro de la transmisión del ser de la empresa por medio de la interacción con sus clientes.

La imagen corporativa sirve para reflejar la personalidad de una marca o empresa a la vez que ayuda a forjar o alejar lazos de confianza entre ésta y su público objetivo. Una excelente imagen corporativa se traduce en la permanencia de la marca en la mente de los consumidores de manera positiva.

4. ¿Cómo aplicar la imagen corporativa al mercado internacional?

Los elementos de la imagen corporativa más usados en los negocios internacionales son los siguientes:



4.1. Logotipo

El logotipo ya lo hemos visto en el apartado 1.2 componentes de la identidad corporativa. Se debe tener en cuenta que el logotipo es el elemento gráfico que identifica o representa una marca, una empresa o un producto.

Hay que tener presente que el logotipo de la empresa estará en todas partes. El diseño debe adaptarse a los canales online y offline, además de múltiples plataformas.

Muchos de los logotipos más famosos del mundo encierran una gran historia detrás de ellos. Para conseguir que su logotipo sea un elemento visual único que logre identificar la marca con el producto, las empresas pasan por un extenso proceso de creación en el que se cuida hasta el más mínimo detalle. Se toman en cuenta desde detalles que podrían influenciar en la mente de los consumidores, hasta aquellos que servirán para representar los valores intrínsecos de la marca o algún otro significado misterioso.

Google

El logotipo de Google es bastante simple porque es una de las marcas más conocidas del mundo. En realidad, es tan conocida que su nombre se ha convertido en un verbo casi tan común como "buscar". Lo único que se puede investigar aquí es la elección de los colores utilizados por la diseñadora del logotipo, Ruth Kedar la paleta de colores primarios más un verde "L" al azar. Esto se debe a que Google quería expresar el mensaje de que la compañía no sigue reglas establecidas, sino que prefiere romperlas y divertirse.



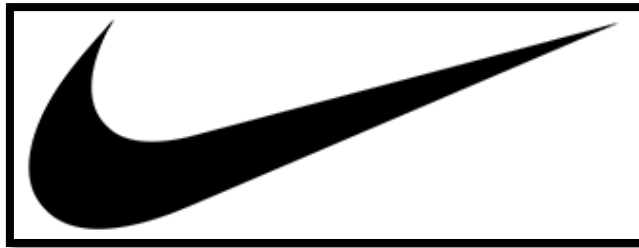
Lego

Ya de niños, nuestros pequeños cerebros comienzan a asociar logotipos. De este modo, Lego, como marca dirigida a un público muy joven, decidió crear un logotipo llamativo y colorido para que fuera bien visible para todos sus espectadores. Además, las letras burbujeantes de la palabra "Lego" en forma de ladrillo simbolizan dos cosas: el producto en sí mismo y lo simple que es para los niños jugar con él.



Nike

Este es otro popular logotipo que no necesita presentación. Este símbolo icónico es reconocido en todo el mundo, incluso sin que le acompañe el nombre de la marca. Comúnmente conocido como el 'swoosh', este logo tiene un significado mucho más profundo (y no es un símbolo de verificación, como muchos piensan). Nike es en realidad una diosa griega que personifica la victoria. Cuando la diseñadora de logos, Carolyn Davidson, creó este diseño en 1971, pensó representar el ala de la diosa indicando movimiento y velocidad. Vale la pena agregar que le pagaron ¡tan sólo 35 dólares!



4.2. Tarjetas de presentación (Business cards)

Las tarjetas de presentación ofrecen la oportunidad de crear una buena imagen de tu persona y de la empresa que representas, ya que expresa la personalidad de tu negocio y puede guardarse fácilmente hasta que sean necesarias.

Las tarjetas de presentación tienen como objetivo generar conexiones y generar negocios con clientes actuales o potenciales.

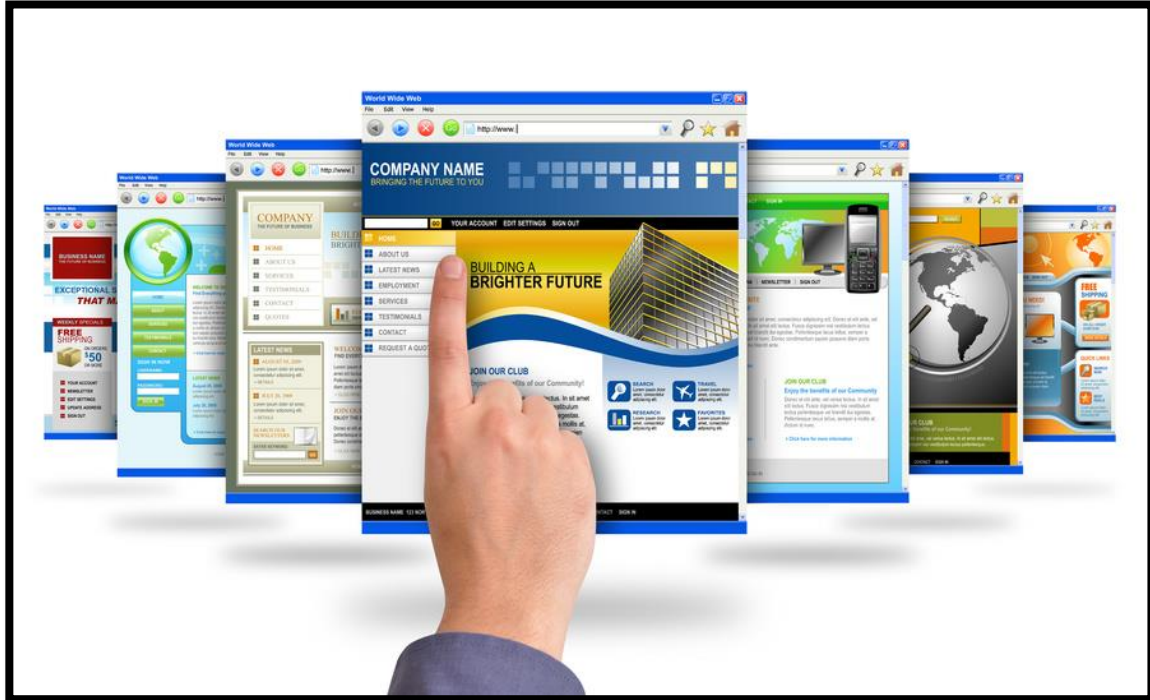
La información más importante a tener en cuenta son las siguientes:

Business cards	Nombre de la empresa
	Nombre del representante
	Cargo del representante
	Sitio web empresarial
	Dirección de la empresa
	Número de teléfono
	Correo electrónico empresarial
	Redes sociales



Tenemos una tarjeta de presentación con errores que no se tomaron en cuenta al momento de su impresión: no se tiene correo corporativo, los teléfonos no presentan los códigos del país, en la dirección no se menciona el país, ni las redes sociales ni la página web. Es preferible tener tarjetas de presentación a la medida al evento de promoción comercial internacional donde se participa: si es en Estados Unidos la tarjeta deberá estar en inglés, por ejemplo.

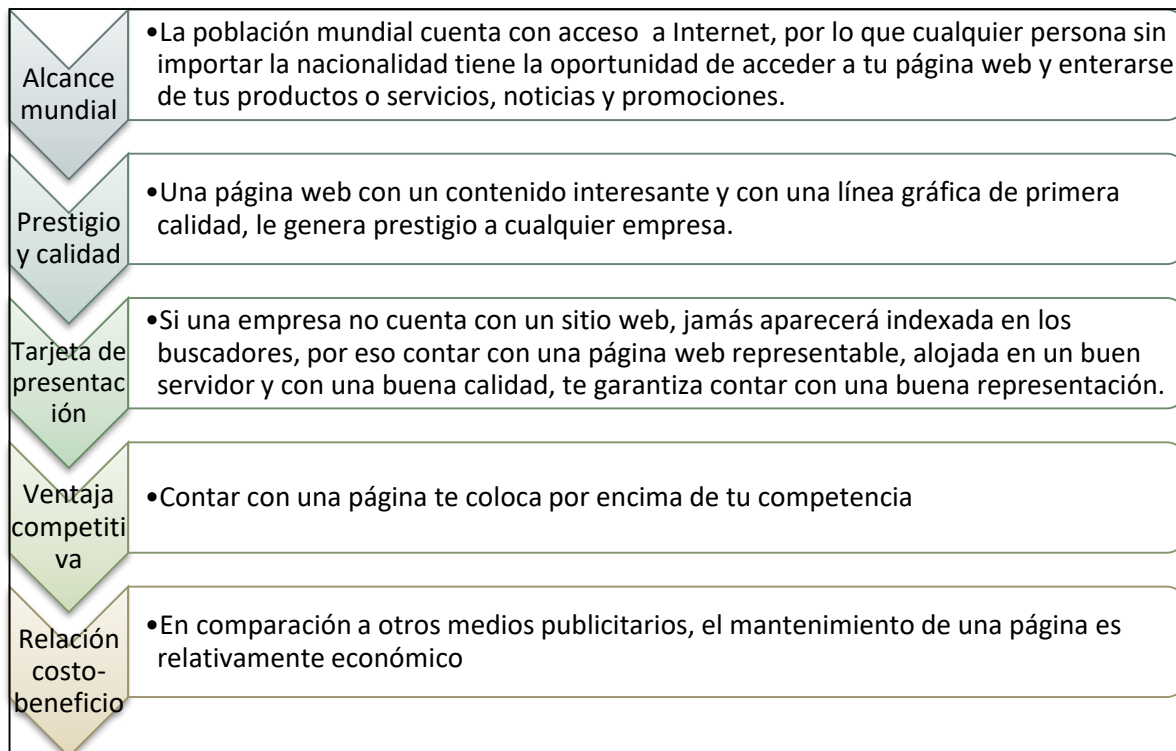
4.3. Página web



Hoy en día, tener un sitio en internet es la nueva tarjeta de presentación de cualquier compañía. Es el centro de todo su contenido e información de productos, por lo que no tomársela a la ligera es primordial, pues es donde comienza o termina la relación con la mayoría de clientes.

Cuando una empresa cuenta con una página web eleva su prestigio, a la vez que permite que los clientes aumenten su nivel de confianza en el producto o servicio que ofrece. Un sitio web ayuda a incrementar las ventas, la productividad y el valor en el mercado de cualquier empresa.

Algunas ventajas que ofrece para las empresas contar con una página web:



Amigo exportador recuerda que:

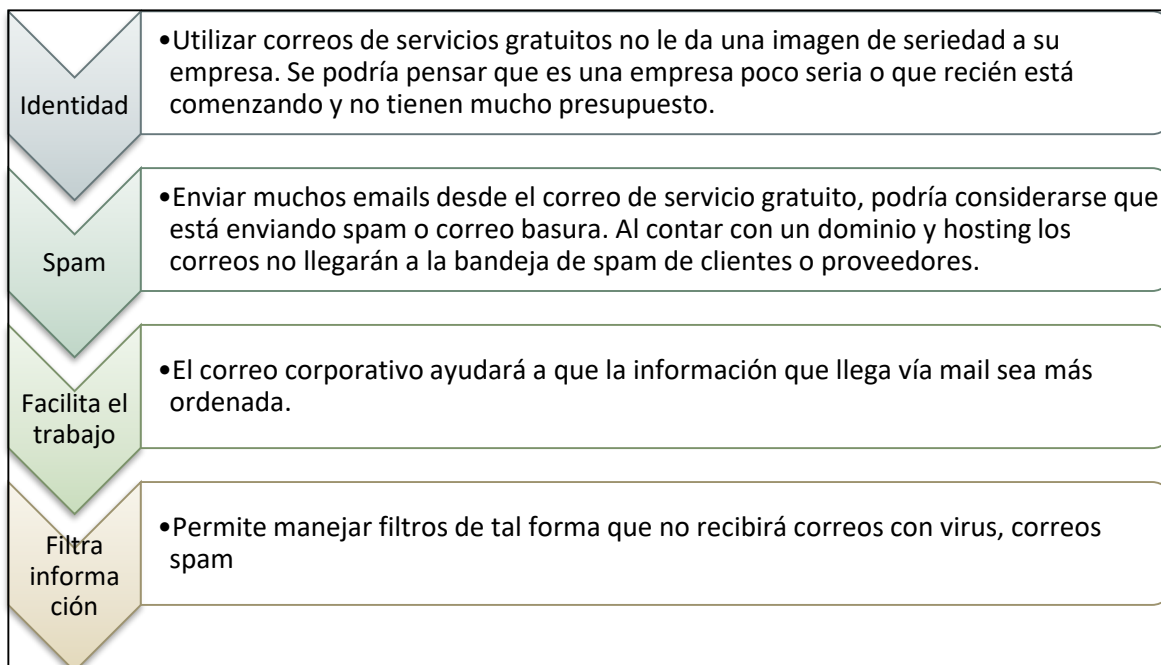
La página web debe ser responsive es decir, su diseño se debe adaptar a la forma de cualquier dispositivo electrónico como laptops, celulares, tabletas y PC.

4.4. Correos corporativos y firmas electrónicas

El correo corporativo es una gran herramienta de comunicación en la empresa que permite, principalmente, separar la comunicación personal de los trabajadores de la comunicación de trabajo y de la empresa. Además, permite que toda esta información de los correos de trabajo se centralice en el servicio de Hosting de la empresa, con lo cual se evita que se pierdan emails.

El correo corporativo está compuesto por el nombre del usuario, la arroba y el dominio web de la empresa. De tal forma que tiene la siguiente estructura: usuario@tuempresa.com.

Las ventajas de contar con un correo corporativo son las siguientes:



La firma electrónica es seguramente una de las herramientas más empleadas en la digitalización y automatización de procesos. Su principal función es la autenticidad, que garantiza y valida la identidad de la persona que firma el documento, evitando que otras personas se hagan pasar por el autor de un documento determinado; la integridad, respalda que el contenido no haya sufrido modificaciones o alteraciones desde que se firmó digitalmente, evitando que los documentos se intercepten y se modifiquen sin el conocimiento del autor del documento; y el no repudio, garantizando el origen de la firma electrónica, demuestra a todas las partes el origen del contenido firmado, esto prueba que el autor del documento es el autor verdadero y no un tercero.



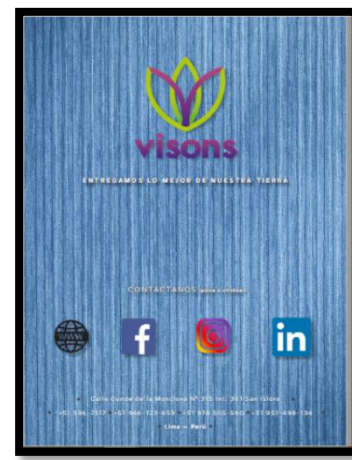
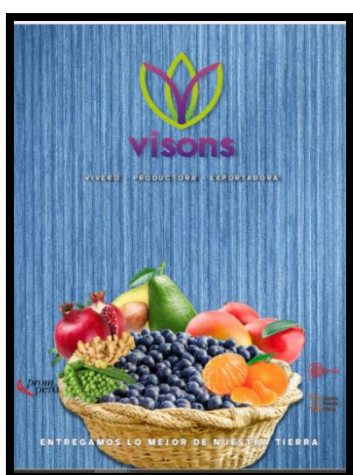
La importancia de la firma electrónica:

- Mejora la seguridad en el intercambio de información física.
- Mejora la movilidad ya que no hace falta un desplazamiento físico.
- Otorga rapidez en los procedimientos.
- Mayor ahorro de los costos.

4.5. Presentaciones corporativas digitales

Las presentaciones corporativas digitales son documentos debidamente diseñado que muestran 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.

Las presentaciones corporativas digitales pueden ser fichas comerciales, catálogos, fichas técnicas, etc.



Amigo exportador ten presente lo siguiente:
No te olvides de añadir buenas fotografías a las presentaciones corporativas, ya que una foto informal o de baja calidad no transmite una buena imagen a los posibles clientes.

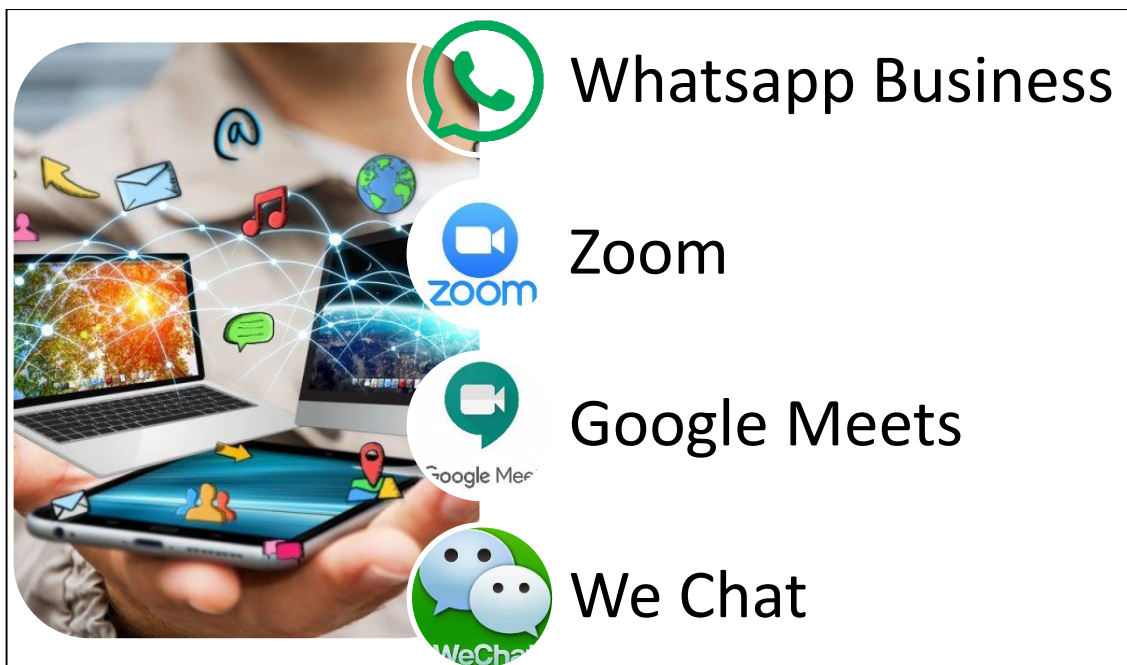
4.6. Herramientas de comunicación digital

La comunicación digital para las empresas evolucionó de un entorno web estático, como ocurría hace 20 años, a una materia que se mueve, transforma y adapta a la “ergonomía comunicativa” actual, retratada en *smartphones* y una multitud de dispositivos digitales con acceso a Internet.

Las herramientas de comunicación digital permiten a las empresas mantener un flujo constante de información y la tan necesaria retroalimentación, tanto con públicos externos como internos.

La adaptación de las organizaciones a las constantes condiciones de cambio que hoy vivimos está determinada por la adopción de la comunicación digital como parte de sus sistemas de manejo de información y flujos.

Las principales herramientas de comunicación digital son las siguientes:



4.7. Brochures y otros elementos impresos

Los brochures y otros elementos impresos como los folletos, trípticos o documentos gráficos o digitales deben hacer referencia a los servicios que presta la empresa.

Un brochure empresarial abarca desde materiales como trípticos publicitarios de un producto o una carpeta con variedad de productos que se crearon para informar de manera interna o externa.

Los brochures deberán cumplir con las siguientes funciones:

Informativa

- Refiere a la naturaleza del brochure para informar, sobre uno o varios aspectos de la empresa como nuevos productos o cambios en los productos que ofrece la empresa, cambios en las políticas, valores o informar sobre cambios de gran importancia como cambios de la marca.

Publicitaria

- La capacidad del brochure de transmitir información, lo vuelve una de las grandes herramientas del Marketing con las que cuenta una empresa, debido a que permite promover uno o varios productos o servicios ofrecidos de manera atractiva y amigable.

Identificadora

- El brochure debe generar una fuerte identificación de marca, que complemente el branding con la finalidad de mantener una imagen unificada que transmita confianza y profesionalismo al cliente



Amigo exportador ten presente lo siguiente:

Todos los elementos corporativos impresos deben estar alineados a la imagen corporativa de la empresa y deben estar adecuados al mercado de destino.

Referencias bibliográficas

AGENDA PROFESIONALES Y NEGOCIOS "La importancia de la imagen corporativa"
(<https://www.revistaagenda.net/blog/la-importancia-de-la-imagen-corporativa/>)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2021)
"Fortalece tu negocio en el exterior con una adecuada imagen corporativa" . Perú: PROMPERU
(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/a52af35c-5b04-4180-b137-eb7b5ecb89ac/content>)

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2017)
"Imagen corporativa" (<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/0141a902-daca-4d85-aeb9-bof30aea04a9/content>)

DE LA FUENTE CÉSAR (2019) "Comunicación e imagen corporativa"
(https://books.google.com.pe/books?id=6UXIDwAAQBAJ&pg=PA93&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false)

ESERP "Qué es la imagen corporativa de una empresa"
https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa/?_adin=02021864894#que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa

HUBSPOT "Imagen corporativa: ¿Qué es y en qué se diferencia de la identidad corporativa"
<https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>

IND NICHOLAS (1992) "La imagen corporativa"
https://books.google.com.pe/books?id=-MLwmsABLFQC&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=imagen%20corporativa&f=false

JIMÉNEZ MARÍA ISABEL "comunicación e imagen corporativa"
https://books.google.com.pe/books?id=HLEY_v2rO6wC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

KOTLER / ARMSTRONG (2013) "Fundamentos de Marketing" decimoprimer edición
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

PINTADO MARÍA TERESA (2010) "Imagen corporativa influencia en la gestión empresarial"
https://books.google.com.pe/books?id=x98cgeMFA30C&printsec=frontcover&dq=imagen+corporativa&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=imagen%20corporativa&f=false


Sobre PROMPERÚ


La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

Contáctanos

 Plataforma de atención al exportador
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](tel:+51990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:+516045601) | [604-5602](tel:+516045602)

 Correo electrónico: exportaciones@promperu.gob.pe

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

www.promperu.gob.pe

