

## Tema 3: El plan de promoción comercial

### Plan de promoción comercial

En la etapa de promoción comercial, se observará que en el caso de productos terminados, es decir, dirigidos a un consumidor o usuario final, las Pymes tienen mayores posibilidades de negociar los precios.

Recordemos como le fue a Exporberto con uno de sus compradores de Berlín, en Alemania, hace un año.

Exporberto está en una chocolatería de Berlín con un comprador alemán conversando.



Si Exporberto, los productos que me enviaste estaban buenísimos. Todos mis clientes aprecian el sabor y la calidad del cacao peruano.

Como te comenté por teléfono, necesitamos que puedas enviarnos pasta de cacao fino de aroma, porque vamos a lanzar una nueva colección de chocolates gourmet y queremos colocar unos empaques especiales con nuestra marca. Calculo que el lanzamiento será antes de navidad, donde tenemos muchos pedidos.



Perfecto Albert, voy a coordinar todo con mi jefe de producción para llegar a la fecha indicada.

Lo que sí te pediría es que se indique el origen del chocolate.



Eso ni dudarlo, Exporberto. Mis consumidores sabrán que el cacao tan delicioso y único proviene del Perú, jajajaja.



Jajaja. Claro que sí, hermano.

Exporberto realizó cuatro envíos importantes de cacao a su comprador y tuvo una gran acogida en Alemania.

Exporberto aprendió que, en un nicho de mercado selecto o gourmet, se puede vender a precios más altos, y al exportarlo en pasta de cacao, le permitió mayor rentabilidad y menores costos dentro del proceso productivo, comercial y de distribución.

### Otras herramientas de búsqueda de compradores internacionales



Hola hermano, que gusto saber de ti.









Ya llegaste a París, ahí tenías una escala ¿verdad?



Sí, Exporberto, de aquí solo tengo tres horas de vuelo más y llego a mi destino. Te cuento que como el avión tenía wifi, estuve revisando unas fuentes muy interesantes para identificar compradores internacionales y lo mejor es que son confiables.



Hermano, tú no pierdes el tiempo. Claro que sí me interesa, envíamelo a mi correo.

	Te lo mando ahorita, y ¿cómo te va a ti?
	Llegamos bien, ya estamos instalados en el hotel. Aquí, repasando unos temas con Jesús para la reunión de negocios que tenemos mañana. Tenemos que mostrarles que somos un equipo.
	Bueno amigo, toda la buena vibra, ya me voy a embarcar nuevamente, estamos en contacto.
	Éxitos Manuelito, sé que te irá muy bien en Finlandia y no olvides todo lo que conversamos.
	Exporberto acabo de revisar el correo que mencionó Manuel, hay algunas fuentes que ya las conocíamos pero veo otras interesantes: <ul style="list-style-type: none"><li>• HOOVERS: quienes proveen información de compradores con incidencia en múltiples segmentos de mercados.</li><li>• RED BOOK: enfocado en compradores especializados de frutas y hortalizas.</li><li>• PIERS: con una base de compradores de Estados Unidos y reportes de inteligencia comercial para todos los sectores productivos, entre otros.</li></ul>
	Bien Jesús y no olvides a las OCEX, Las oficinas comerciales del Perú en el exterior. Ellas tienen contacto permanente con gremios empresariales, compradores y con potenciales inversionistas de distintos sectores en los países donde residen. Luego de la misión, iremos a ver a nuestro consejero comercial en Los Ángeles.  También en Perú, contamos con redes empresariales como ADEX, la Cámara de Comercio de Lima, la Sociedad Nacional de Industrias y las Cámaras de Comercio que tienen a la Cámara de Comercio Americana, las cámaras binacionales, entre otras.
	Qué bueno que tenemos todas esas fuentes, Exporberto. Voy a organizar toda la información para que siempre la tengamos a la mano.
	Estás aprendiendo muy rápido, ahora vamos a revisar las cotizaciones para la reunión de mañana.