

# FUTURO DEL SECTOR EXPORTADOR ¿Cómo Aprovechar la Nueva Normalidad?



**GUATEMALA**  
SUPERA EXPECTATIVAS

**CHATBOT**

**ALIANZAS**

PROYECCIONES NO  
PUEDEN TOMAR EN  
CUENTA HISTORICOS



INVERSIONES EN  
TRANSFORMACIÓN  
INNOVACIÓN Y

**PROTOCOLO PARA COLABORADORES, CLIENTES, VISITANTES Y ALIADOS**



# TENDENCIAS EN LA ERA DE LOS VIRUS

EL CONSUMIDOR HABLA CON SUS DECISIONES DE COMPRA Y SUS PREFERENCIAS, ADEMÁS TIENEN PERCEPCIONES

## FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMPRA / IMPORTACIÓN

1. Dónde y como compran en ese país y la razón de fondo.
2. Comprender que necesita el cliente / o el cliente de nuestro intermediario para que el producto cumpla con esa demanda.
3. Conocer los dolores y retos principales del cliente para atenderlos a través de la propuesta de servicios o modelo de negocios.



# EVITARAN VIAJES INTERNACIONALES TEMPORALMENTE

INDUSTRIA CON LA PROYECCION MÁS LENTA DE RECUPERACIÓN  
SOLUCIÓN: GENERAR CONFIANZA



**50%**

**VIAJES INELUDIBLES POR TRABAJO,  
NEGOCIOS, SALUD O EMERGENCIAS  
FAMILIARES Y LEGALES**

**30%**

**VIAJES POR ESTUDIOS, BECAS,  
TRASLADOS, ESTABLECERSE EN OTRO  
PAÍS O CIUDAD  
VIAJES DOMÉSTICOS SIN SALIR DEL PAÍS**

**20%**

**VIAJES POR PLACER Y  
DIVERSIÓN**

# Reinvención de Industrias Impactadas por la reducción de viajes Internacionales

## HOTELES Y RESTAURANTES EN AREAS TURISTICAS

Canal HORECA que su demanda depende de la ocupación de sus negocios / afecta food service.

## ARTESANÍA

Los grandes consumidores de artesanía son los extranjeros que pagan más por las piezas únicas y lo hecho a mano

## INVERSIÓN EXTRANJERA EN TURISMO

Inversiones que actualmente tienen el país podrían perderse en caso no existan los incentivos y programas adecuados para retener la inversión



Seguros de viaje, pólizas con alcance internacional y hospitales aliados. PROTOCOLO Especial en caso de hospitalización y cuarentena para turistas.

## TURISMO CULTURAL Y DE NATURALEZA

Presentar opciones que garanticen pocas áreas comunes, protocolos de seguridad e higiene y servicios con reducido contacto humano

## TURISMO DE LUJO

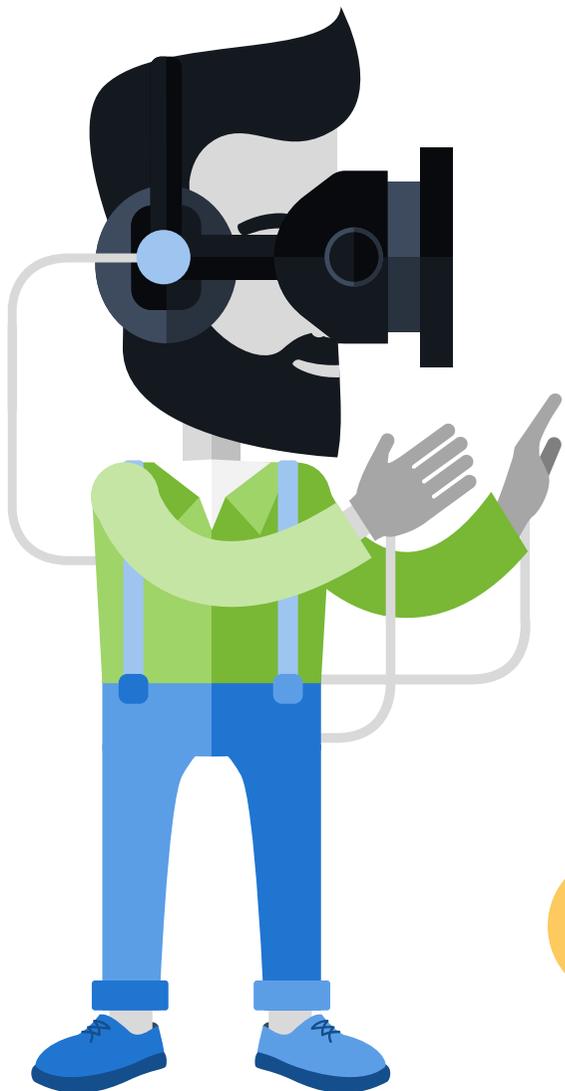
turismo que genera grandes ingresos al sector por tratarse de turistas que hacen grandes inversiones en sus viajes de placer

## CRUCEROS

Deberán generar suficiente confianza y reducir la ocupación de sus barcos. Protocolos en caso de causa de fuerza mayor y alianzas con puertos en caso de infectados.

# VENDER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

TRANSMITIR A DISTANCIA CON HERRAMIENTAS INNOVADORAS



## TURISMO MARKETING ON

Existen nuevas formas de visitar lugares a través de la tecnología 3D, en el momento que no puede viajar pero está seleccionando cual será el país o lugar que visitará pronto.



## GENERAR CONFIANZA

A través de experiencia con materiales a distancia (videos, podcast, publicaciones, fotografías, etc.) las empresas pueden compartir con los clientes como implementan protocolos y se producen o manufacturan sus productos para generar confianza y experiencia de seguridad.



## DIVULGAR LO QUE GENERA VALOR

Certificaciones, protocolos, alianzas, referencias, testimonios, innovaciones, atención al cambio, premios, inversión en innovación y desarrollo, valores, recurso humano y expertos, etc. Seleccionar las plataformas correctas en las que no se puede faltar el nombre de su empresa.



## HUELLA PERSONALIZADA - DIFERENCIACIÓN

Desarrollar productos atendiendo la necesidad de experimentar cosas nuevas, que aparten a las personas por un momento de su condición de aislamiento y peligro actual que genera ansiedad. Diferenciar su producto de antes con uno nuevo para las nuevas condiciones de su cliente / hágalo fácil y empático.

# LOS DISPOSITIVOS MOVILES FORTALECERAN SU RELEVANCIA EN LOS NEGOCIOS



## AUMENTO DE USO EN OTRAS GENERACIONES

Baby boomers han tenido que aprender debido a el aislamiento a utilizar con mayor alcance sus celulares y tendrán que hacer compras en línea, ya que será la población que más tardará en volver a socializar de forma presencial.



## COMPRAS EN LINEA

Debido al distanciamiento social y a la preferencia de no acudir a lugares donde puede estarse en contacto con desconocidos y superficies potencialmente infectadas, hacer las compras desde el celular en el tráfico es una de las principales tendencias.



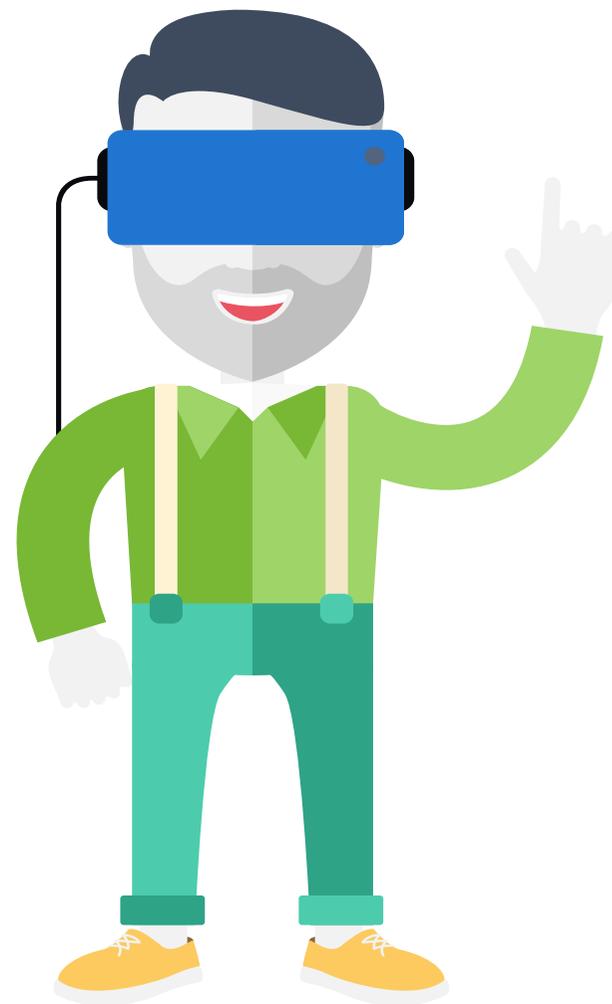
## NO TOUCH PAY

Debido al distanciamiento social y a la preferencia de no acudir a lugares donde puede estarse en contacto con desconocidos y superficies potencialmente infectadas, hacer las compras desde el celular en el tráfico es una de las principales tendencias.



## FASTER DELIVERY

El celular permitirá comprar en donde sea, desde dónde sea y asegurar la llegada de los productos en menor tiempo.



# SOLOPRENEUR Y NUEVOS EMPRENDIMIENTOS

WRITE YOUR SUBTITLE HERE



**NUEVOS EMPRENDIMIENTOS CON EL NUEVO ESCENARIO DE NEGOCIOS INTERNACIONAL, DIRIGIDO A NUEVAS TENDENCIAS Y COMPORTAMIENTOS DE CONSUMO**

**AUMENTARAN LOS EMPRENDIMIENTOS DE TECNOLOGÍA SOLOPRENEURS QUE ADMINISTRAN EMPRESAS COMPLETAS CON POCO PERSONAL Y MAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS**

**DEBEN AUMENTAR LAS CARRERAS TÉCNICAS ENFOCADAS AL DESARROLLO DE TALENTO PARA LA INDUSTRIA DE SOFTWARE. MAS TALENTO DISPONIBLE PARA SOLUCIONES INNOVADORAS A OTRAS INDUSTRIAS Y TENER CAPACIDAD DE RESPUESTA**

**START UPS CON MODELOS DE NEGOCIOS INNOVADORES, ENFOCADOS EN LAS TENDENCIAS DEL PAGO ELECTRÓNICO, E-COMMERCE CROSS BORDER**

# CIBERSEGURIDAD Y NIVELES DE ACCESO

WRITE YOUR SUBTITLE HERE



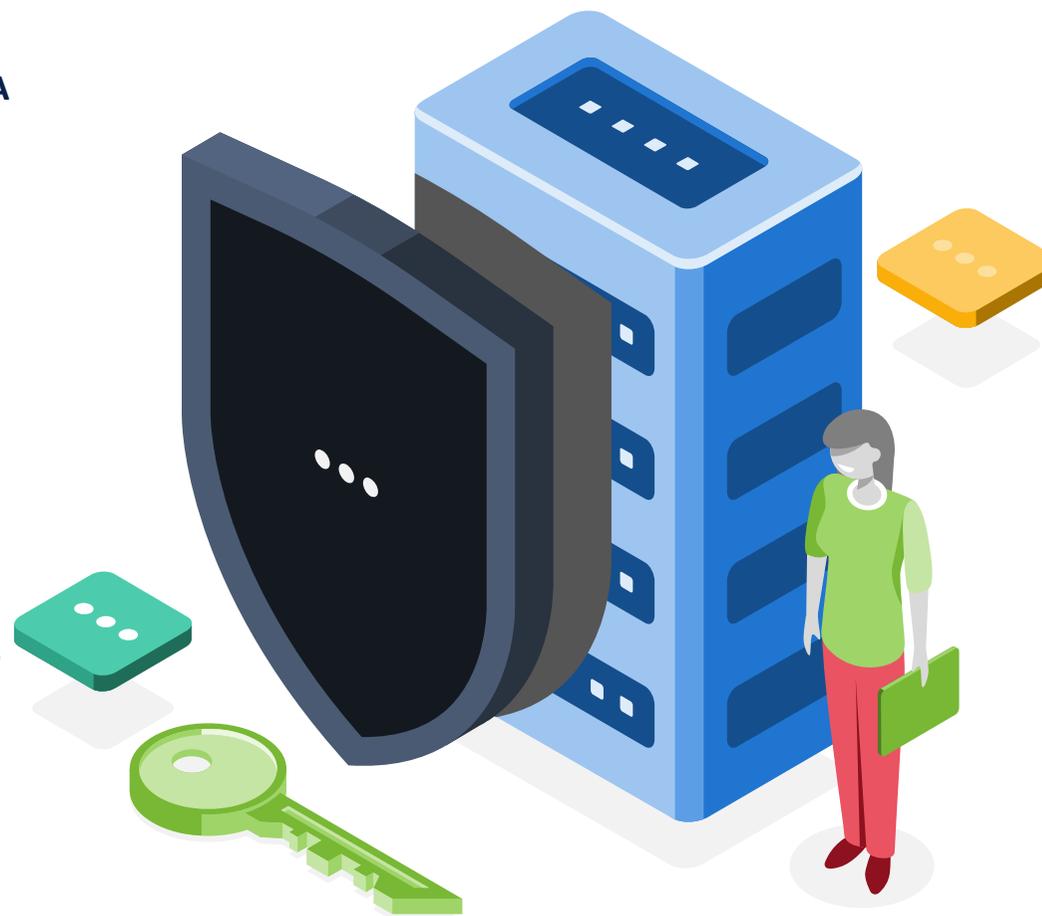
**INVERSIÓN EN LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN, DEBIDO AL TELETRABAJO A LA INCORPORACIÓN DE DISPOSITIVOS NO SEGUROS PARA MANEJO DE INFORMACIÓN PRIVADA**



**NIVELES DE ACCESO A INFORMACIÓN PARA MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN Y PARA TERCEROS QUE ACCEDEN A LOS SERVIDORES**



**SE CONCETARAN SISTEMAS DE LAS EMPRESAS CON CLIENTES Y PROVEEDORES PARA VERIFICAR INVENTARIOS, E-GOBIERNO Y OTROS TERCEROS POR LO QUE SE PRIVILEGIARA LA INVERSIÓN EN CIBERSEGURIDAD.**



# REDES SOCIALES POR GRUPO OBJETIVO

LAS NUEVAS FORMAS DE SOCIALIZAR CON DESCONOCIDOS

Descripción de empresa y productos modelo de compra y delivery 

Imágenes profesionales 

Marketplace en red social Mercado local 

Podcast y Youtubers 

Buenos materiales editados para el marketing en redes 



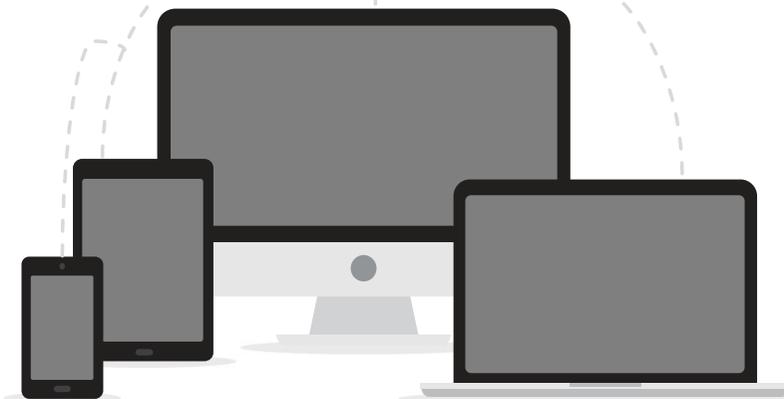
Usabilidad de los productos

Retroalimentación de uso con quienes interactúan con el producto, Tendencias.

Pluma para escribir artículos especializados

Difusión y un segmento altamente informado

Interactuar con otros expertos o clientes, seguir tendencias y líderes de opinión



# PROYECCIÓN DE USO DE DISPOSITIVOS PARA NEGOCIOS Y COMPRAS

## TELEFONOS INTELIGENTES



95%

## TABLET



85%

## LAPTOP



80%

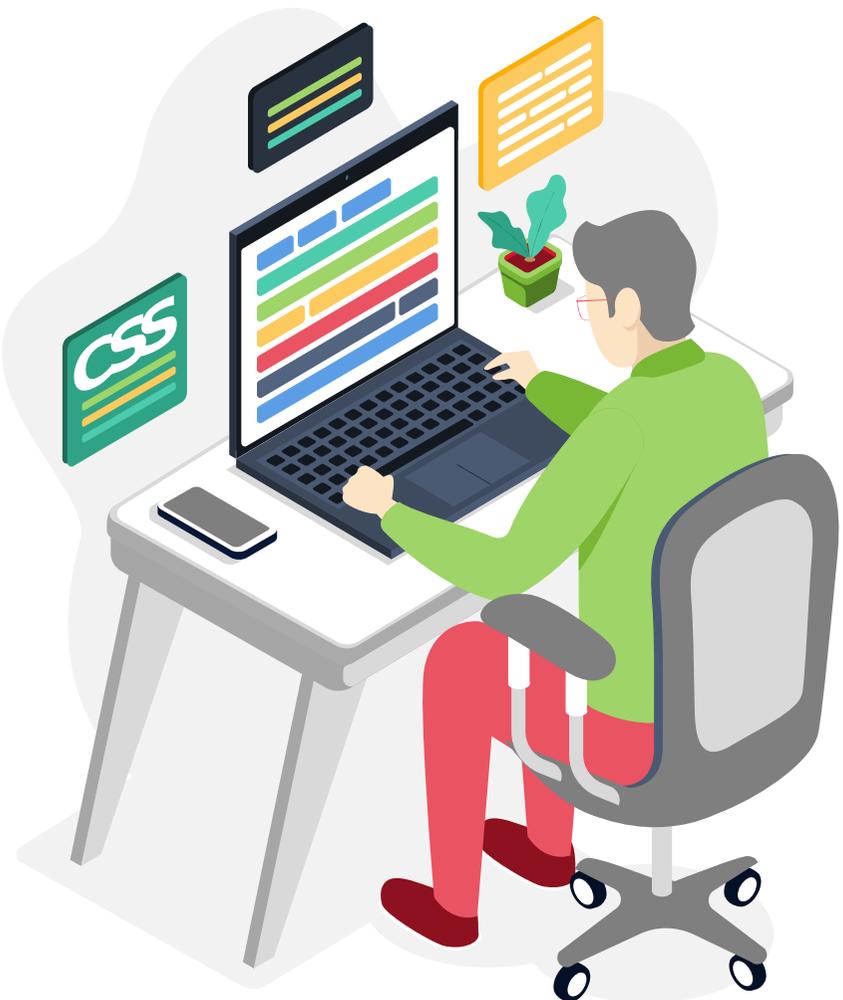
## COMPUTADORA DE ESCRITORIO



30%

# TELETRABAJO Y DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL

UN FUTURO DE CONECTIVIDAD



**REGULACIÓN DEL TELETRABAJO**



**TELETRABAJO PARA GRUPOS DE PERSONAS VULNERABLES**



**LAS EXPORTACIONES PUEDEN MANEJARSE CON HERRAMIENTAS DIGITALES PRINCIPALMENTE**



**DIGITALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA ADMINISTRAR EL TELETRABAJO Y CONTAR CON LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA OPERAR, MERCADEAR Y RENTABILIZAR UNA EMPRESA DIGITALMENTE**

# APRENDIZAJE Y ENTRENAMIENTOS EN LINEA



● **TRANSFORMACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS EMPRESAS Y DE LOS PROFESIONALES, MAYORES POSIBILIDADES DE ESTUDIAR EN UNIVERSIDADES Y METODOLOGÍAS EXTRANJERAS.**

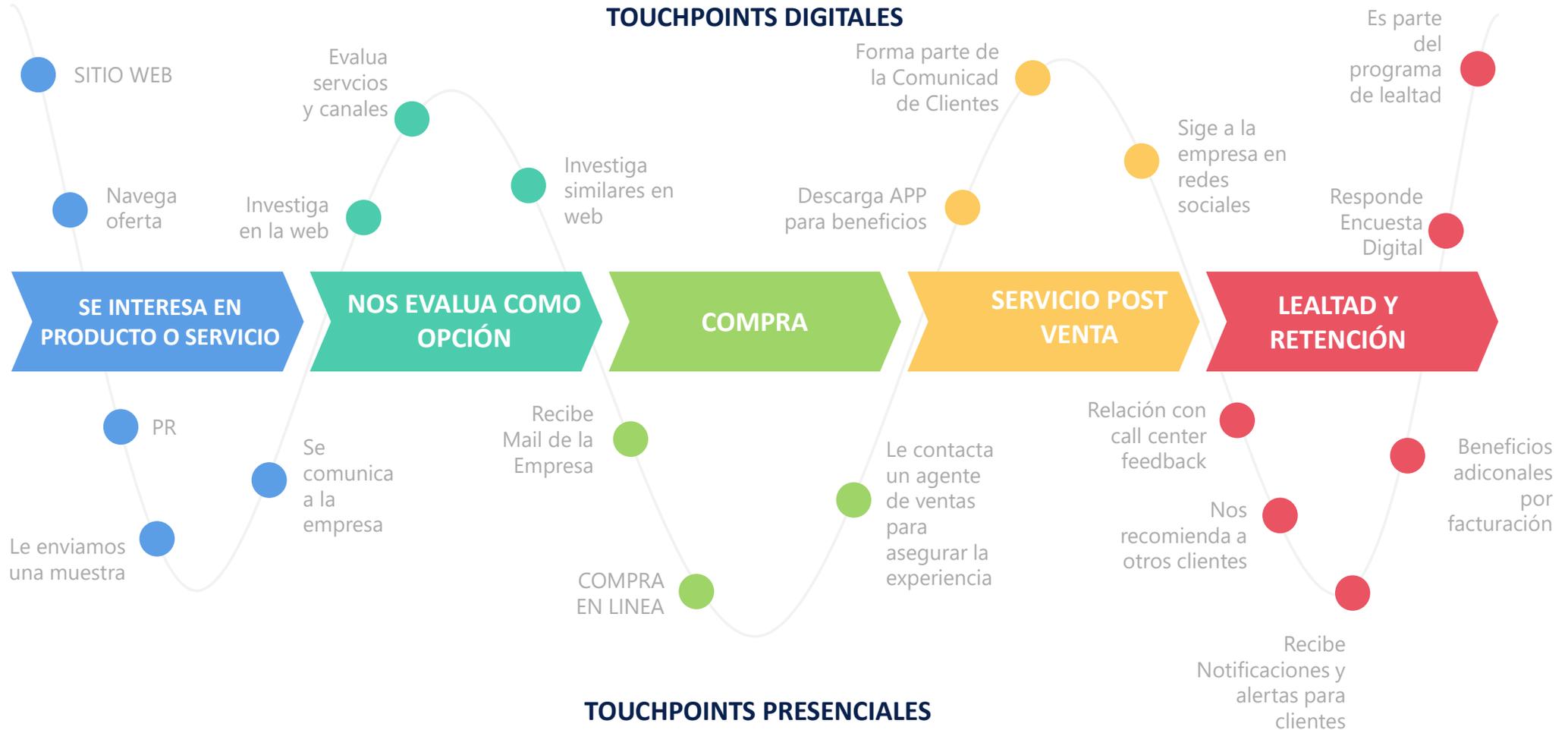
● **DIGITALIZACIÓN DE LOS DOCUMENTOS DE SOPORTE EDUCATIVO. AUMENTO DE LA TECNIFICACIÓN AUTODIDACTA**

● **TRANSFORMACIÓN DE SISTEMA EDUCATIVO QUE REQUERIRÁ EQUIPAMIENTO Y CONECTIVIDAD**

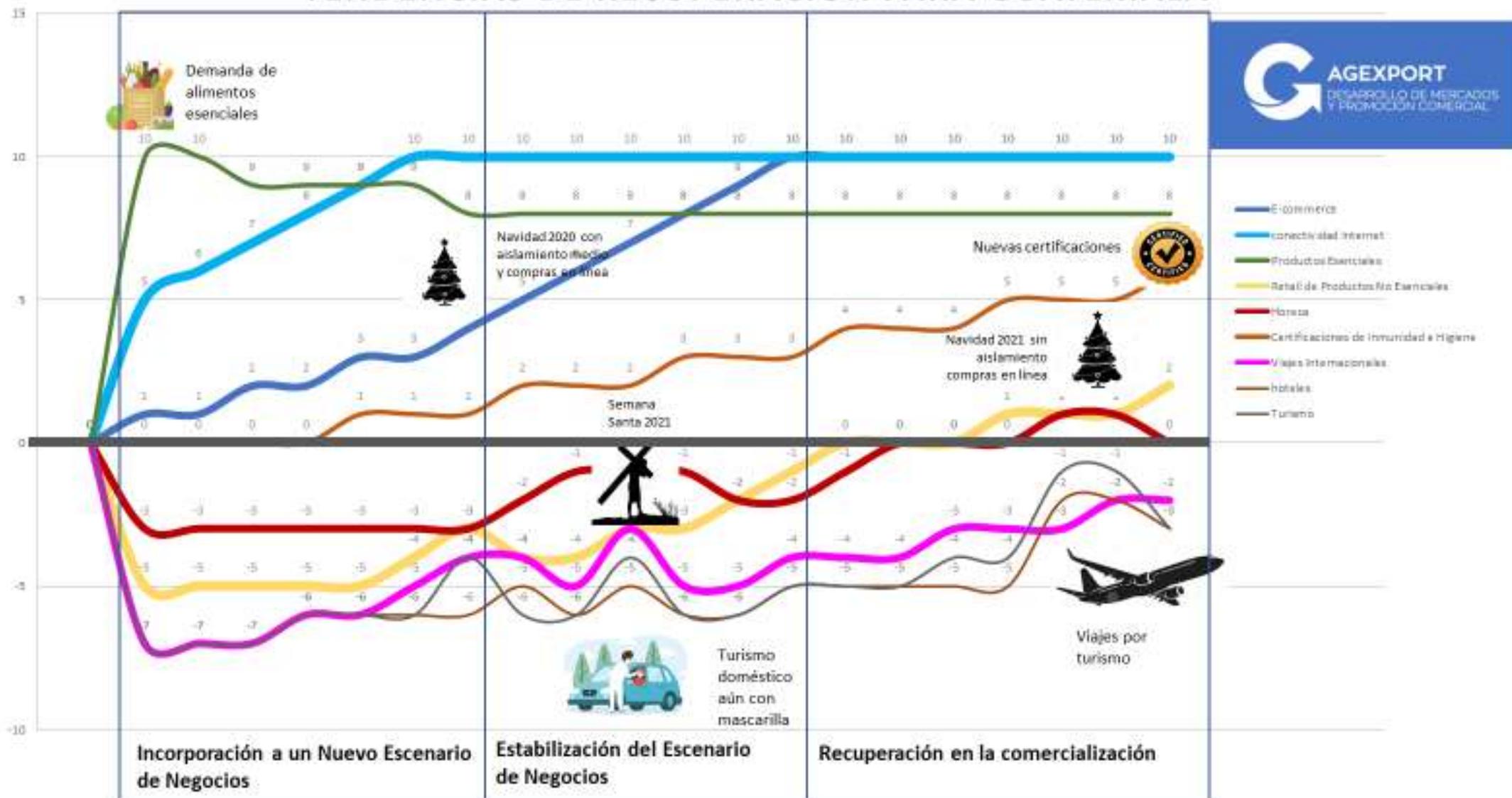


# MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

## Ejemplo de un mapa de experiencia de compra virtual



# TENDENCIAS DE RECUPERACIÓN PARA GUATEMALA



# ENFOQUE A FUTURO

EN LA MENTE DE UN EXPORTADOR GUATEMALTECO

1

## RESILENCIA

Pensamiento resiliente, adaptarse positivamente a esta situación adversa.

2

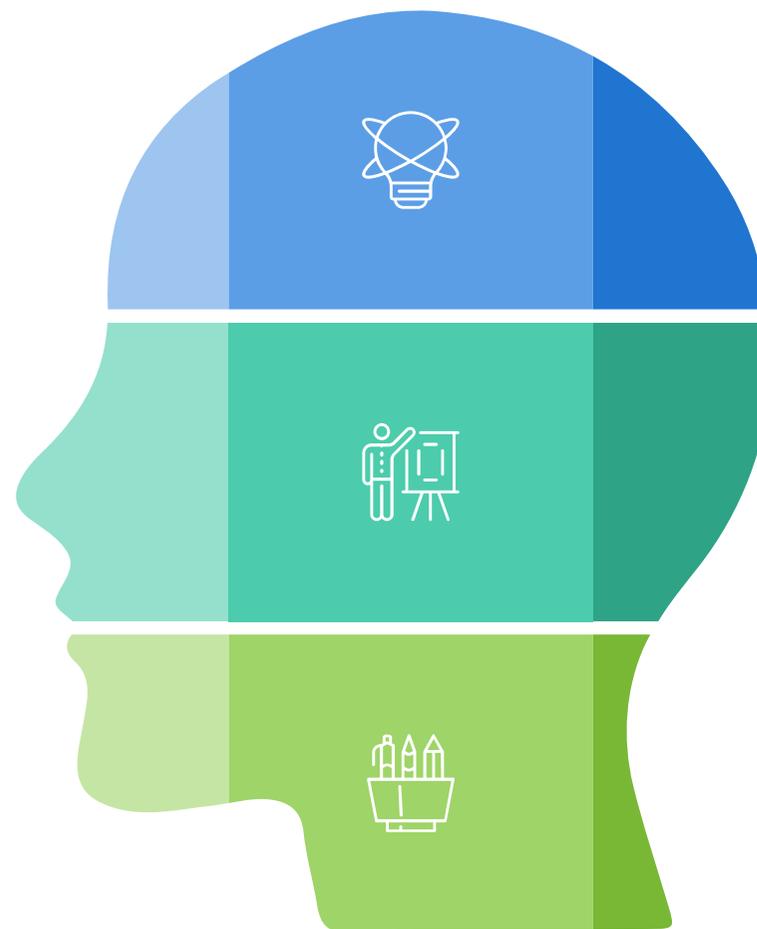
## TRANSFORMACIÓN

En el modelo de negocio, herramientas, técnicas, canales, mercados nuevos, nuevos comportamientos de clientes requerirán adecuaciones de productos y servicios. Informarse y aprender.

3

## INNOVACIÓN

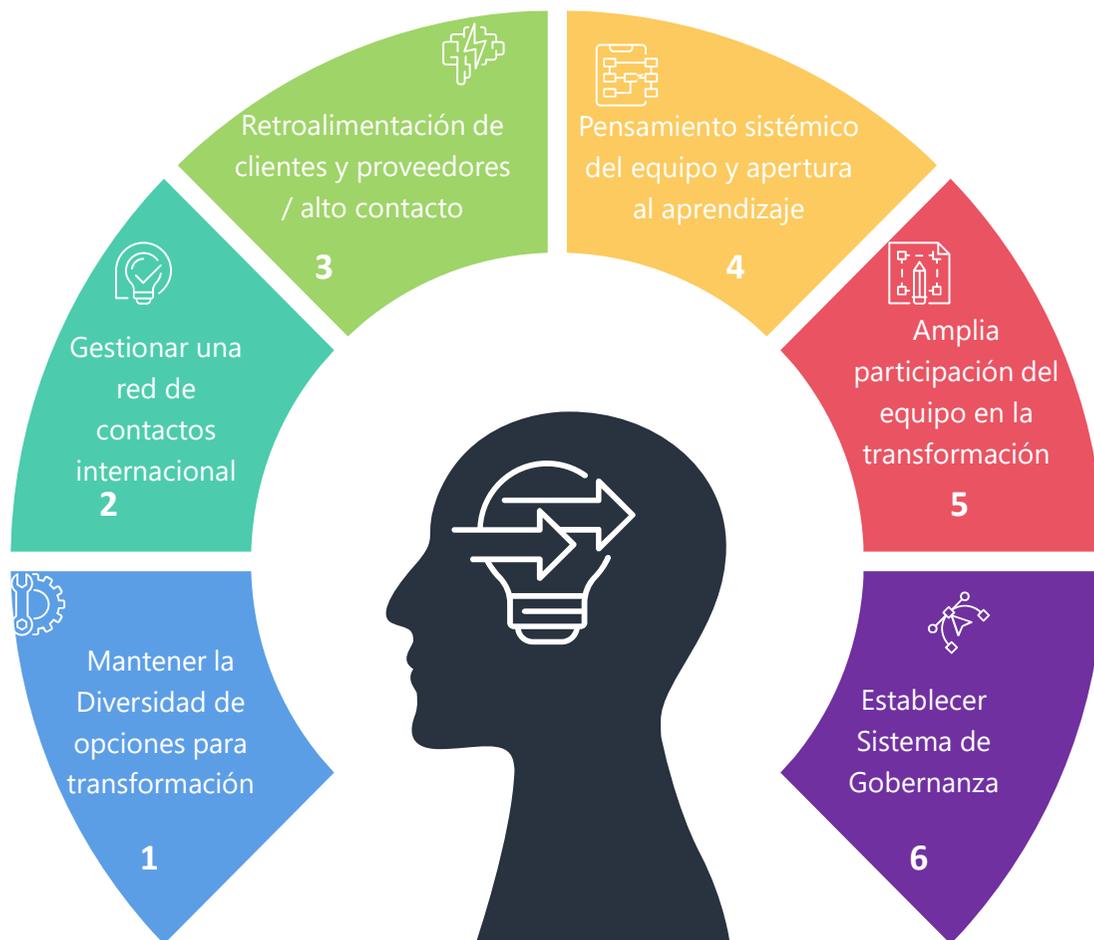
Ideas fuera de la caja, pensamiento disruptivo, creatividad, estrategia, motivación hacia a un nuevo escenario de oportunidades de negocios, reinención.



## APROVECHAMIENTO DE LA CRISIS ACTUAL PARA LA REINVENCIÓN DE EMPRESAS EXPORTADORAS

Cada exportador, debe incorporar a su lista de indicadores de monitoreo:

2. Nuevo pensamiento del consumidor
3. Nuevos competidores con nuevos modelos de negocio
4. Tendencias de comercialización en línea
5. Nuevas técnicas de negociación en distanciamiento social.
6. Digitalización
7. Nuevos sistemas para realizar compras B2B
7. Nueva normativa y regulación de productos



Por cada indicador que aumente a su lista de monitoreo para transformación de la empresa, debe generar varias soluciones que responden a esa nueva tendencia, apoyándose en el equipo de trabajo, en el conocimiento nuevo que deben adquirir, con disposición de desaprender y aprender nuevas cosas, permitirse desarrollar nuevos productos y modelos, con los riesgos que conlleva la implementación de algo nuevo.



Gracias por su atención amigos de la prensa para mayor información:

[Paola.Alvarez@agexport.org.gt](mailto:Paola.Alvarez@agexport.org.gt)

**Gerente Desarrollo de Mercados y Promoción Comercial  
AGEXPORT**