

1.- Fontes de información sobre comercio internacional.

1.1- Tipos de información.

Información primaria:

Obtémola expresamente na análise que se realiza ao inicio da toma de decisión, ao dirixirnos ao exterior. É dicir as características do entorno legal, do entorno tecnolóxico, mercado, tendencias, etc.

A súa principal vantaxe é que se adaptará ás necesidades que teña a nosa empresa para conseguir os seus obxectivos e o seu inconveniente é que é custosa dado que se elabora especificamente para a empresa.

As técnicas empregadas son as enquisas, ao persoal cualificado, tests de produto e de mercado, etc.

Información secundaria:

É a que encontramos dispoñible en publicacións, bases de datos, estatísticas públicas ou privadas, revistas especializadas, etc.

A súa vantaxe consiste na facilidade para obtela porque xa está elaborada e dispoñible.

O seu inconveniente é que será difícil que se adapte con precisión ás necesidades da empresa.

1.2.- Orixe da información.

Información de orixe persoal.

Información de orixe documental.

2.- Organismos para a información no Comercio Internacional.

ICEX.

Servizos que ofrece:

\* Apoio a proxectos empresariais e de inversión.

\* Promoción internacional.

\* Publicacións.

\* Servizos personalizados.

\* Información para o comercio exterior.

\* Empezar a exportar.

As Cámaras de Comercio.

Oficinas Económicas e Comerciais de España.

Outras fontes.

3.1 O ORZAMENTO

É o cálculo ou cómputo anticipado da cantidade de cartos que se ten que dispor para determinado fin.

Elementos imprescindibles:

- Datos da empresa que o ofrece.

- Datos do cliente que a quen se lle ofrece.

- A data de emisión do orzamento.

- A data de vixencia do orzamento.

- Os artigos que o conteñen número, prezo, desconto, etc.

- O imposto aplicable.

- O total do orzamento.

- A forma de pago.

- Condicións de entrega ou prestación do servizo.

- Garantía.

- Selo da empresa que o emite e sinatura do responsable.

3.2 O PEDIDO

Un pedido, tamén chamado orde de compra, é un documento que ten como función actuar como comprobante para saber que se solicitou e en que condicións, prezo, entrega, forma de pago e calquera información relacionada coa operación de compra.

Elementos:

- Data.
- Lugar.
- Produto solicitado indicando referencia.
- Cantidade.
- Prezo pactado.
- Forma de pago.
- Tempo de entrega.

#### 4. A ENTREVISTA

É un método de recolección de datos onde se secuencian unha serie de preguntas que formula o entrevistador e unha serie de respostas que realiza o entrevistado e de cuxa análise posterior se poden obter conclusións e datos interesantes para o obxectivo do negocio.

Para planear unha entrevista tes que seguir os seguintes pasos:

- Selección do entrevistado.
- Selección do tipo de entrevista.
- Preparación da entrevista.
- Realización.
- Dirección.
- Análise.
- Obtención de resultados.

A entrevista terámolos con clientes potenciais, con provedores, con axentes, con futuros membros da empresa, etc. E dependendo con quen sexa, así a planificaremos. Non é a mesma información que nos interesa obter dun cliente insatisfeito que presentou unha reclamación, que un candidato a un posto novo creado na empresa.

#### 5. AS RELACIÓNS PÚBLICAS.

Son un conxunto de accións de comunicación que se realizan ao longo dun período de tempo co obxectivo de establecer, manter e afianzar as relacións cos distintos públicos aos que se dirixe a empresa en busca da obtención de imaxe e fidelidade presente e futura.

Ferramentas:

A persuasión, a atención, a información e todo o conglomerado de actuacións estratéxicas dirixidas a facer coñecer o bo facer da organización por unha beira, e por outra, a interesarse polo grao de satisfacción das necesidades actuais e a detección das futuras.

No comercio internacional este papel en moitas ocasións é asumido polo axente e ofrece unha gran vantaxe poder contar con el, pois as diferencias culturais crean barreiras que grazas á experiencia e o coñecemento de condutas específicas en situacións clave, fan da negociación un éxito que sen a súa colaboración doadamente podería ser un fracaso.

#### 6. PROTOCOLO INTERNACIONAL.

O protocolo é un conglomerado de normas e maneiras que teñen que seguirse en certos eventos e con certas personalidades.

A complexidade do protocolo áchase en que gran parte da súa configuración é linguaxe non verbal, son xestos, accións e respostas particulares dos pobos que veñen dadas pola propia evolución da súa cultura.

Nas relacións internacionais existen dous tipos de protocolos o estranxeiro, o que é diferente en cada país e o diplomático que é o empregado polas grandes personalidades dos países.