



Departamento
DE MARKETING

Asturias, España | 4 de febrero de 2026

COMO CONSTRUIR UNA **MARCA INTERNACIONAL** SIN PERDER EL ACENTO

La autenticidad local puede ser la mejor ventaja competitiva al salir al exterior.

La internacionalización no consiste en “parecer global”, sino en conectar desde lo propio con audiencias globales.



QUÉ VAMOS A HABLAR EN LOS PRÓXIMOS 15 MINUTOS

- EL GRAN ERROR AL INTERNACIONALIZAR UNA MARCA
- POR QUÉ LO LOCAL HOY VENDE MÁS
- STORYTELLING COMO PALANCA DE EXPORTACIÓN
- CÓMO ADAPTAR SIN PERDER EL IDENTIDAD
- IDEAS PRÁCTICAS PARA EMPRESAS ASTURIANAS

EL ERROR MÁS COMÚN **AL SALIR AL EXTERIOR**

**Querer “parecer
internacional”**

**Copiar códigos
visuales y mensajes
genéricos**

**Diluir la personalidad
de la marca**

CUANDO UNA MARCA PIERDE SU IDENTIDAD,
PIERDE VALOR.

HOY NO GANA LA MARCA MÁS GRANDE **GANA LA MARCA MÁS AUTÉNTICA**

Mercados saturados de
marcas “correctas”

Consumidores
buscando verdad,
origen y coherencia

Las marcas con
carácter se recuerdan
más

LA DIFERENCIACIÓN NO ESTÁ EN PARECERSE
MENOS LOCAL, **SINO EN SER MÁS RECONOCIBLE.**

LO LOCAL NO RESTA.
SUMA.

**Historia real
detrás del
producto**

**Forma de
hacer las cosas**

Cultura

Origen

TU ACENTO NO ES UNA BARRERA.
ES TU FIRMA.

STORYTELLING **NO ES CONTAR HISTORIAS**

ES DAR
CONTEXTO Y
SENTIDO A TU
PROPUESTA.

No es marketing bonito

No es publicidad emocional vacía

*Es explicar por qué existes y por qué
importas*

UNA HISTORIA QUE VIAJA A CUALQUIER MERCADO⁸

ORIGEN

De dónde venimos

VALOR

Qué hacemos diferente

PROPÓSITO

Por qué lo hacemos así

ADAPTAR NO ES RENUNCIAR

No traducir
literalmente
(interpretar)

Mantener la
voz de marca

Cambiar el
código, no el
alma

Pensar en
mercados, no
en modas

LA COHERENCIA GENERA **CONFIANZA**
INTERNACIONAL.

5 CLAVES PARA MARCAS QUE QUIEREN SALIR FUERA

1

Estrategia antes que visibilidad

2

Marca antes que canal

3

Mensaje antes que campaña

4

Diferenciación antes que volumen

5

Identidad antes que tendencia

MENSAJE FINAL

**No escondas tu acento.
Conviértelo en tu
ventaja competitiva.**

Las marcas que se internacionalizan con identidad son las que construyen valor a largo plazo.

Departamento
DE MARKETING

Asturias, España | 4 de febrero de 2026

MUCHAS GRACIAS
POR VUESTRO TIEMPO



LA PREGUNTA NO ES
SI TU MARCA PUEDE SALIR FUERA

La pregunta es: **¿qué parte de tu historia merece ser contada al mundo?**

CONTACTO

TIAGO LEMOS



tiago.lemos@departamentodemarketing.net

+34 665 632 461

+351 966 644 939



El Departamento de Marketing tiene oficinas en Gijón y Lisboa y un equipo de 12 personas.

Nuestra propuesta de valor es poner el Marketing al alcance de cualquier organización, ya sea en forma de outsourcing, consultoría, mentoría y/o formación, siempre a través de profesionales con experiencia.