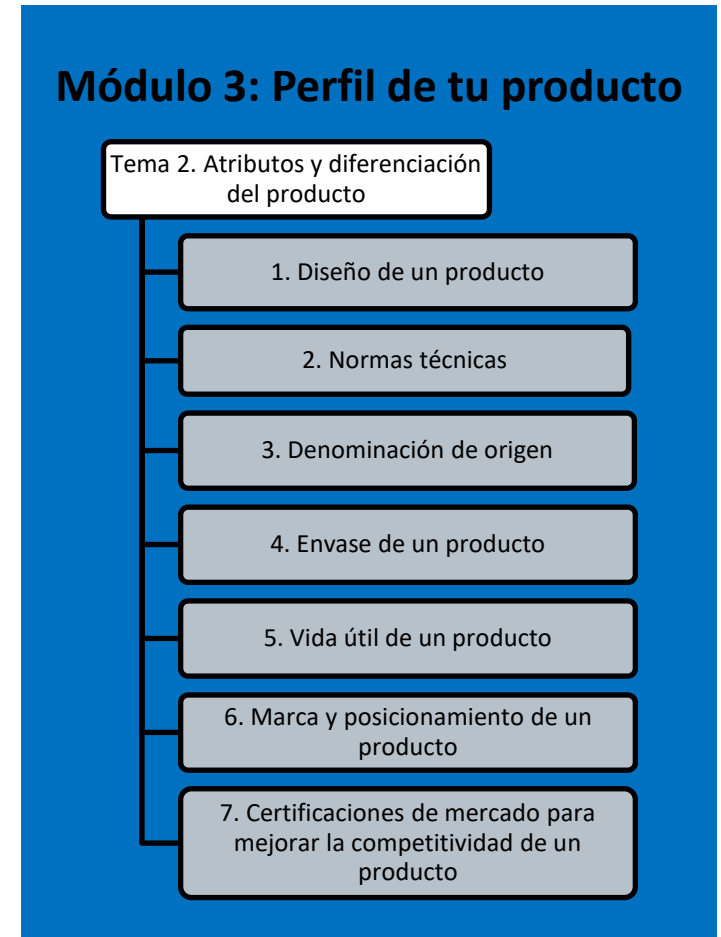
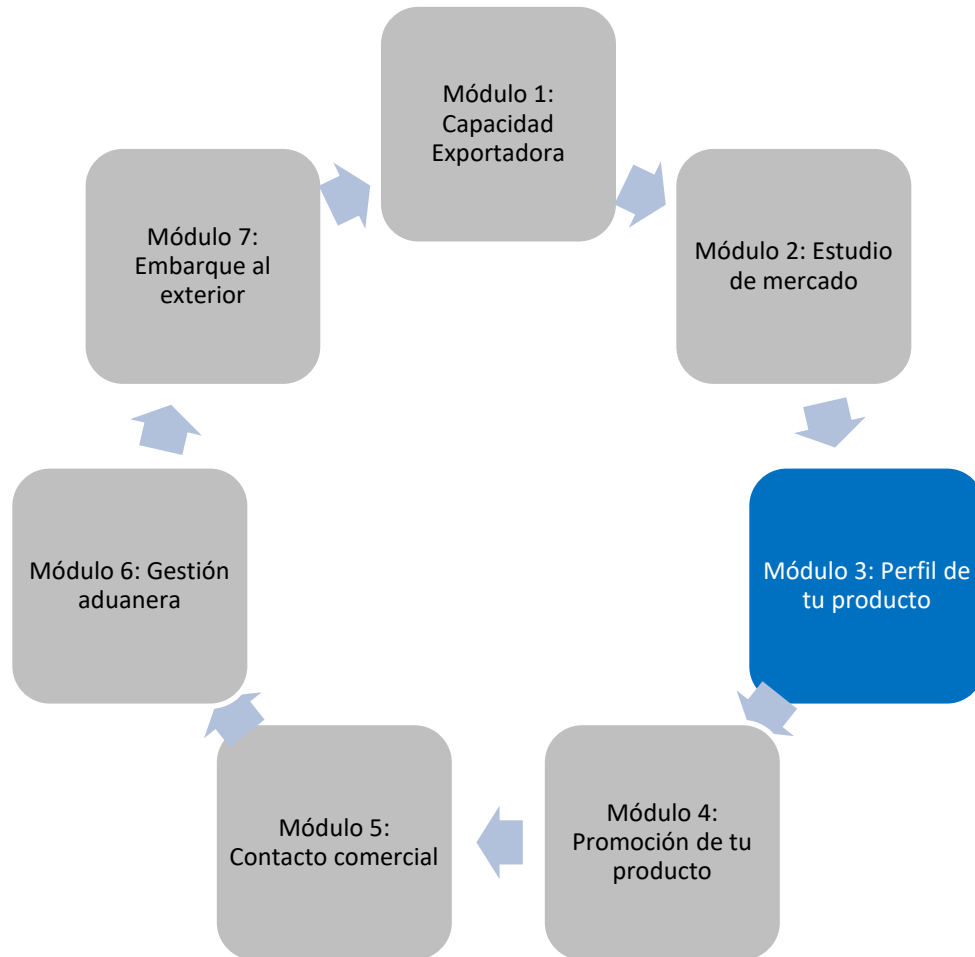


Módulo 3: Perfil de tu producto

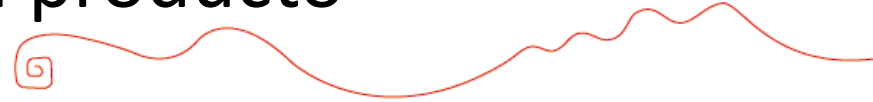
Tema “Atributos y diferenciación del producto”

Atributos y diferenciación del producto

¿Dónde nos encontramos en el curso?



Atributos y diferenciación del producto



Objetivo general

Este tema te permitirá identificar los atributos del producto y los elementos de diferenciación frente a la competencia .

Objetivos específicos de aprendizaje

- Reconocer el diseño del producto como elemento diferenciador y la importancia de su adecuación al mercado objetivo
- Reconocer las normas técnicas como elemento diferenciador de un producto, la importancia de su implementación e identificar las entidades relacionadas
- Reconocer la denominación de origen como elemento diferenciador de un producto, la importancia para el país e identificar las entidades relacionadas
- Reconocer el envase como elemento diferenciador de un producto e identificar la importancia de su uso
- Reconocer la vida útil como elemento diferenciador de un producto y su importancia para el comprador/consumidor
- Reconocer la marca como elemento diferenciador de un producto e identificar el concepto de posicionamiento, sus tipos y estrategias de posicionamiento
- Reconocer las certificaciones como elemento diferenciador de un producto e identificar la diferencia entre certificaciones de sistemas de gestión y de conformidad de producto.

Atributos y diferenciación del producto



Diseño



Normas Técnicas



Denominación de origen



Envase



Vida útil



Marca



Certificaciones

Atributos y diferenciación del producto

Diseño

El diseño va más allá de lo superficial: llega hasta el corazón mismo del producto. Un buen diseño contribuye a la utilidad de un producto, no sólo su belleza.

Un buen diseño y un estilo agradable pueden atraer la atención, mejorar el desempeño de un producto, reducir los costos de producción, conferir al producto una importante ventaja competitiva en el mercado meta.



Atributos y diferenciación del producto

Normas técnicas

Documentos elaboradas por el sector productor/comercializador, el sector técnico y el sector consumidor, tanto del ámbito público como del privado, que reúne los requisitos y las disposiciones de un producto, proceso o servicio para que cumpla con las exigencias de calidad y satisfaga las necesidades y expectativas de los ciudadanos.



Sirven de parámetro para conocer los requisitos, condiciones y especificaciones de cierto producto o actividad, a fin de asegurar la calidad del producto que comercializa y conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad.

Atributos y diferenciación del producto

Denominación de origen

Signo distintivo que emplea el nombre de una región o ámbito geográfico y que sirve para designar, distinguir y proteger un producto en función de sus especiales características.



Pisco



Maíz Blanco
Gigante Cusco



Chulucanas



Pallar de Ica



Café Villa Rica



Loche de
Lambayeque



Café Machu Picchu
-Huadquiña



Maca Junín-
Pasco

Atributos y diferenciación del producto

Envase de un producto



Tipos: atados, baldes, barricas, bidones, bobinas, bolsas, botellones, cajas, cajones, canastos, canecas, carretes, cilindros, cisternas, cuñetes, fardos, jaulas, latas, plataforma, rollos, sacos, tambores, toneles y a granel.

Materiales: aluminio cartón corrugado, hojalata, madera, papel, plástico y vidrio

Atributos y diferenciación del producto

Vida útil de un producto

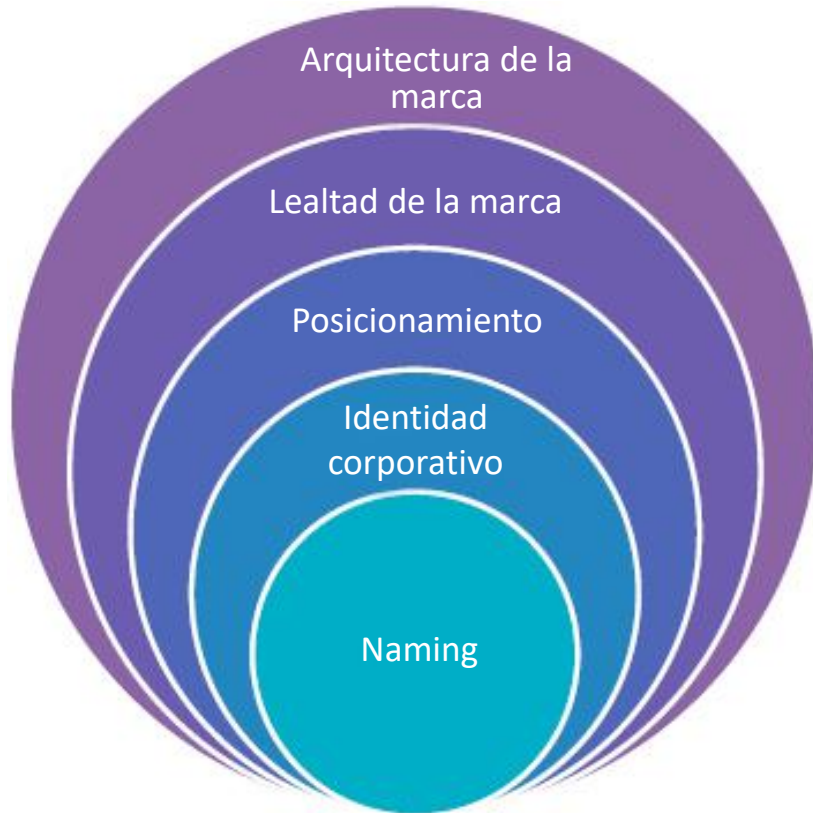


Tiempo durante el cual el producto puede satisfacer las necesidades del consumidor



Atributos y diferenciación del producto

Marca de un producto: branding



1. **Naming:** consiste en la creación de un nombre muy relacionado con lo que es la empresa. Este nombre debe ser fundamental y el paso inicial para lograr resultados. Entre las características que se eligen es que sea fácil de recordar, que no se confunda con otra empresa, que sea corto, entre otros factores.
2. **Identidad corporativa:** no sólo consiste en la representación del producto que se ofrece, sino más bien tiene que expresar a la organización en sí.
3. **Posicionamiento:** es la forma en la que la marca va a tomar un valor para los consumidores y para el mercado.
4. **Lealtad de marca:** desarrollo de marcas, cuando los clientes van a seguir a la marca.
5. **Arquitectura de una marca:** se refiere al diseño del logotipo, frases, entre otros, lo que será el sello de la marca.

Atributos y diferenciación del producto

Marca de un producto

Identidad de marca: conjunto de activos (y pasivos) vinculados al nombre o símbolo de la marca que incorpora (o sustrae) el valor suministrado por un producto o servicio a la compañía o sus clientes

Identidad de marca: 4 perspectivas

La marca como producto: alcance del producto, atributos, calidad, valor, usos, usuario, país de origen

La marca como organización: atributos organizativos, local vs. global.

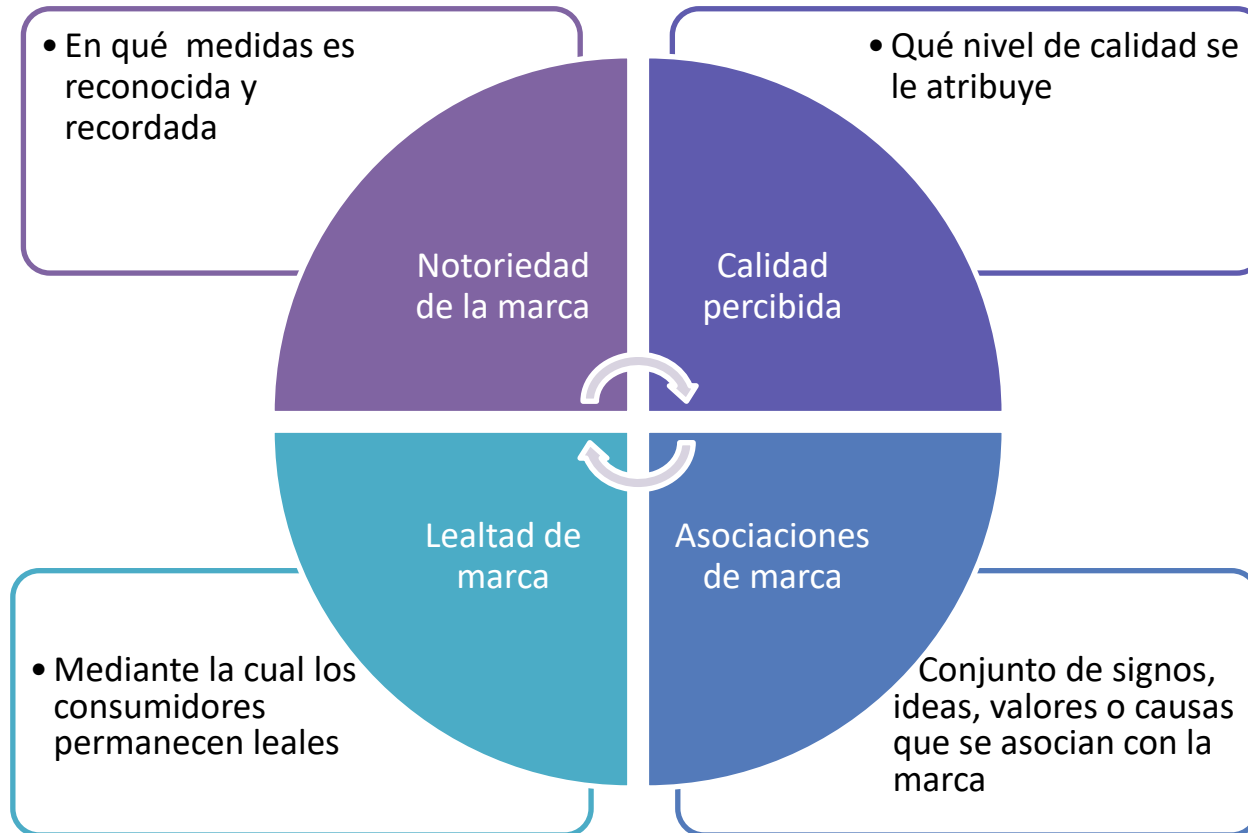
La marca como persona: personalidad de la marca, relaciones marca-cliente.

La marca como símbolo: imaginería visual, metáforas y herencia de la marca.

Atributos y diferenciación del producto





Marca de un producto

El valor de la marca



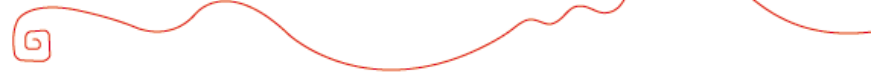
Atributos y diferenciación del producto

Marca de un producto: estrategias

		Categoría de producto	
		Existente	Nueva
Nombre de marca	Existente	 Extensión de línea	 Extensión de marca
	Nuevo	 Mutimarcas	 Marcas nuevas

- **Extensión de línea:** utilización de una marca exitosa para introducir artículos adicionales en una categoría de productos determinada, como sabores, formas o colores nuevos, ingredientes adicionales, u otros tamaños de envase.
- **Extensión de marca:** uso de una marca de éxito para lanzar productos nuevos o modificados en una categoría nueva.
- **Multimarca:** introducción de marcas adicionales en la misma categoría. Las multimarcas son una forma de establecer características diferentes y de ser atractivos para diferentes motivos de compra.
- **Marcas nuevas:** Creación de un nombre de marca nuevo para ingresar a una categoría nueva de productos para la cual ninguna de sus marcas actuales fuera apropiada.

Atributos y diferenciación del producto



Posicionamiento de un producto

Consiste en hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en las mentes de los consumidores meta.

Identificación de las ventajas competitivas y la diferenciación de la oferta de la empresa.

¿En qué sentidos específicos puede una empresa diferenciar su oferta de la de la competencia?

Atributos y diferenciación del producto

Posicionamiento de un producto



Diferenciación de los productos

- Funciones, desempeño, estilo o diseño, consistencia, durabilidad, confiabilidad o reparabilidad.



Diferenciación de los servicios

- Entrega, instalación, servicios de reparación, capacitación a clientes o consultoría.



Diferenciación de los canales

- Cobertura, conocimientos y desempeños del canal.



Diferenciación de las personas

- Capacitar al personal.



Diferenciación de la imagen

- Imagen de la empresa o marca, comunicar los beneficios y posicionamiento distintivos del producto.

Atributos y diferenciación del producto

Certificaciones de mercado para mejorar la competitividad de un producto

La certificación de sistemas de gestión

La Organización Internacional de Normalización (ISO) ha desarrollado una serie de normas técnicas reconocidas a nivel internacional, para modelar sistemas de gestión en diferentes ámbitos.

Sistema de gestión de la calidad ISO 9001
| Sistema de gestión ambiental ISO 14001
| Sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional OHSAS 18001 | Sistema de gestión de inocuidad de alimentos ISO 22000

La certificación de producto

Certificaciones que cubren diferentes etapas de la cadena de fabricación del producto, de la cadena de producción de los insumos del producto, de la cadena de comercialización y distribución del producto.

Buenas prácticas | Inocuidad | Orgánico | Responsabilidad social | Sostenibilidad | Trazabilidad | Medio ambiente | Social | Género | Inclusión Social | Certificaciones de huella | Anti discriminatorias

Contáctanos

Plataforma de atención al exportador

Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima - Perú

WhatsApp (+51) 990060194

Aló Exportador (01) 604-5601 | 604-5602

Correo electrónico exportaciones@promperu.gob.pe

