

# Exportando con **Exporberto**



**TEMA:  
DESCRIPCIÓN DEL  
PRODUCTO**

# TABLA DE CONTENIDO

## Contenido

Indicaciones generales	1
¿Dónde nos encontramos en el curso?	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>1. Descripción del producto</b>	<b>2</b>
<b>1.1. Situación del entorno</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Características y bondades del producto</b>	<b>6</b>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>7</b>
Sobre PROMPERÚ	8
Contáctanos	8

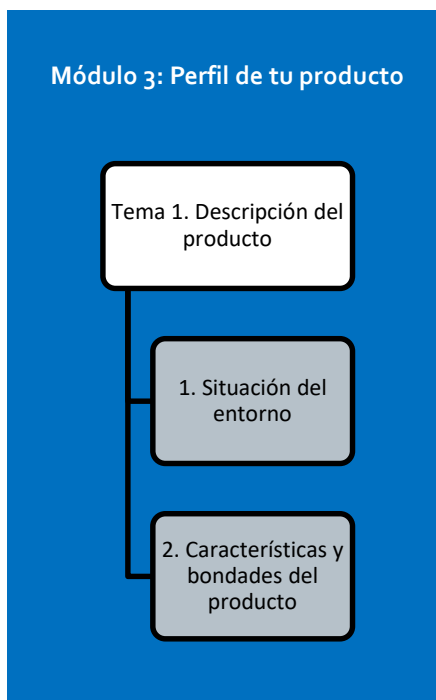
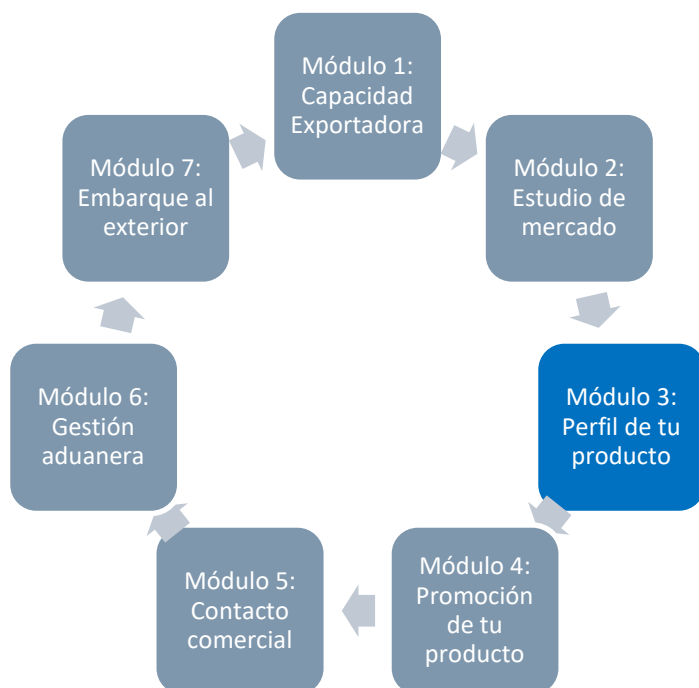
### Indicaciones generales



#### Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

### ¿Dónde nos encontramos en el curso?



### Objetivo general

Este tema te permitirá identificar el producto y la importancia de la situación del sector en el que se encuentra para reconocer los factores que impactan en su desempeño.

### Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del tema "Descripción del producto", podrás:

- Identificar el entorno y el desempeño sectorial y reconoce su impacto en el producto a exportar.
- Identificar el producto, sus características y niveles para la correcta comunicación de sus bondades.

## **Introducción**

Para determinar si el producto es potencialmente exportable, la empresa debe conocer bien el producto, sus características y los antecedentes sobre el comercio internacional del producto a exportar. Asimismo, deberá preguntarse si se trata de un producto competitivo, la competitividad del precio, si éste es diferenciado y la capacidad de adecuar la oferta al mercado internacional.

Como se revisó en el módulo 2 “Estudio de mercado”, el producto es un punto decisivo para la empresa, pues determina lo que se va a ofrecer y, sobre su base, se establecen los tres puntos del marketing mix (precio, promoción y plaza). Por ello, el conocimiento a profundidad del producto es fundamental, no sólo de sus características, sino también de sus bondades, atributos y la diferenciación que marca frente a otros, lo cual servirá de base para determinar el posicionamiento deseado.

Además de este análisis, es importante conocer cuáles son las necesidades de adecuación del producto hacia determinado mercado (medidas no arancelarias), las cuales podrán estar relacionadas a medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), obstáculos técnicos al comercio (OTC) y estándares (normas voluntarias).

Asimismo, las tendencias de consumo influyen en la adecuación del producto a exportar, reflejándose en la adecuación o adaptación del diseño, envase, vida útil y marca, la valoración del origen, entre otros.

Por estas razones, se abordará a detalle lo relacionado al producto a exportar, que ayudará a tener un perfil actual y las adecuaciones que deben tomarse en cuenta para ingresar con éxito al mercado internacional.

### **1. Descripción del producto**

La descripción del bien o servicio permite conocer las ventajas del producto y la razón de ser de la empresa para satisfacer al cliente. Esto se logra mediante la elaboración de un pequeño esquema que muestre la reseña del producto y sus características principales.

Es importante detallar el proceso de elaboración del producto (proceso productivo) ya que esto permite reconocer las características importantes y su adecuación en función de los gustos y preferencias de los consumidores.

Asimismo, es importante conocer cómo se desenvuelve el entorno del país y su impacto en la industria (sector), lo cual es fundamental para la formulación de la estrategia competitiva y la identificación de la posición del producto ante sus competidores. Adicionalmente, el conocimiento del entorno y del

sector ayuda en la determinación de las buenas prácticas y las lecciones aprendidas relacionadas al producto, tanto en la identificación de sus atributos, su posicionamiento, la diferenciación de éste en un mercado determinado y la adecuación realizada para acceder a mercados internacionales.

### 1.1. Situación del entorno

En el módulo 2 “Estudio de mercado” se revisó la importancia de analizar los factores o condiciones políticas, económicas, sociales, tecnológicas y ambientales del mercado objetivo para la elaboración del estudio del mercado seleccionado. En paralelo, se debe estudiar estas mismas condiciones en el país de origen para analizar el entorno en el que se desarrolla el sector del cual el producto forma parte.

Cabe resaltar que estos factores afectan al sector en uno o varios de sus componentes: proveedores, compradores, competidores actuales y potenciales y productos sustitutos.

Para un mejor entendimiento, se citan algunos ejemplos de cómo los factores o condiciones del entorno pueden afectar el sector y el producto:

<b>Factores o condiciones</b>	<b>Impacto en el sector exportador o producto a exportar</b>
Variación del tipo de cambio	Si el exportar maneja sus costos en soles y sus ventas al exterior en dólares, la variación de esta moneda afecta sus ingresos. Si el valor del dólar aumenta, el exportador tendrá más ingresos que costos. Ejemplo: costo del producto S/. 8 y precio del producto US\$ 10. Si el tipo de cambio es S/. 3.50 por US\$ 1.00, significa que la venta de cada producto genera S/. 35. El margen sería de S/. 27. Si el tipo de cambio es S/. 2.50 por US\$ 1.00, significa que la venta de cada producto genera S/. 25. El margen sería de S/. 17.
Restricciones a la importación de un insumo	Si el exportador importa algunos insumos que son incorporados en el producto a exportar, deberá considerar la facilidad o dificultad de importarlos. Si se aplican nuevas restricciones a la importación del insumo, al exportador le resultará más caro importarlo o deberá optar por utilizar otros insumos.
Variación en las tasas de interés	Si el exportador utiliza financiamientos para la adquisición de materia prima que luego es incorporada en el producto a exportar, deberá incluir los costos financieros (intereses) en sus costos. Al aumentar las tasas de interés, los costos financieros aumentan, por ende el producto tendrá mayores costos que incidirán en el precio.
Desarrollo de nueva tecnología para el desarrollo de maquinarias	En cualquier industria, el desarrollo tecnológico hace más eficiente la producción del producto, reduciendo los costos de producción y mano de obra al automatizar los procesos.

A lo largo de este capítulo y en el módulo 2 “Estudio de mercado” se menciona el concepto de sector y su importancia en el análisis del entorno, del mercado y de la oferta. Es importante tener claro los sectores existentes en el negocio exportador para así ubicar al producto en el que corresponda.

De forma oficial, las exportaciones peruanas son clasificadas según el tipo de producto y atienden a la clasificación de tradicionales y no tradicionales, de acuerdo al Decreto Supremo 076-92-EF. Las exportaciones tradicionales comprenden aquellos productos que poseen escaso valor agregado y cuyos precios se fijan de acuerdo a las cotizaciones en bolsa en el mercado financiero internacional. Los productos no tradicionales son aquellos productos no incluidos en la Lista de Productos de Exportación Tradicional que establece el Decreto Supremo 076-92-EF y se caracterizan por tener cierto valor agregado (transformación). A partir de esta clasificación, se determinaron los sectores de exportación tradicional y no tradicional:

- **Exportación tradicional:**

- Sector Minero: cobre, estaño, hierro, oro, plata refinada, plomo, zinc, entre otros.
- Sector Pesquero: harina de pescado y aceite de pescado.
- Sector Petróleo y derivados: crudo, derivados y gas natural.
- Sector Agrícola: algodón, azúcar, café, entre otros.

- **Exportación no tradicional:**

- Sector Agropecuario: legumbres, frutas, productos vegetales diversos, cereales y sus preparaciones, té, café, cacao y esencias y resto de productos agropecuarios.
- Sector Textil: fibras textiles, hilados, tejidos y prendas de vestir y otras confecciones.
- Sector Pesquero: crustáceos y moluscos congelados, pescado congelado, preparaciones y conservas, pescado seco y resto de productos pesqueros.
- Sector Químico: productos químicos orgánicos e inorgánicos, artículos manufacturados de plástico, materias tintóreas, curtientes y colorantes, manufacturas de caucho, aceites esenciales, productos de tocador y tensoactivos y resto de productos químicos.
- Sector Minería no Metálica: cemento y materiales de construcción, abonos y minerales, vidrio y artículos de vidrio, artículos de cerámica y resto de productos minerales no metálicos.
- Sector Sidero-metalúrgico y joyería: productos de cobre, hierro, plata, plomo y zinc, manufacturas de metales comunes, desperdicios y desechos no ferrosos, artículos de joyería y resto de productos siderometalúrgicos.
- Sector Metal-mecánico: vehículos de carretera, maquinaria y equipo industrial y sus partes, artículos manufacturados de hierro o acero, máquinas de oficina y para procesar datos, equipos de uso doméstico, maquinaria y equipo de ingeniería civil y sus partes,

maquinaria y equipo generadores de fuerza, enseres domésticos de metales comunes, máquinas y aparatos eléctricos y sus partes y resto de productos metalmeccánicos.

- Sector Maderas y papeles: madera en bruto o en láminas, artículos impresos, manufacturas de papel y cartón, manufacturas de madera, muebles de madera y sus partes y resto de maderas y papeles.
- Resto de otros no tradicionales: incluye pieles y cueros y artesanías.

Esta clasificación sectorial para las exportaciones es usada por varias instituciones del Estado peruano – el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), el Banco Central de Reserva (BCRP) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) – para realizar los reportes estadísticos relacionados al comercio exterior y balanza de pagos.

Sobre la base de esta clasificación, se definieron sectores y líneas de productos priorizadas para la promoción de exportaciones, considerando las ventajas competitivas de los mismos hacia su internacionalización, los cuales son trabajados por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) como oferta exportable:

- **Agronegocios:** frutas y hortalizas frescas, productos fine o gourmet, café, cacao y castaña, y productos funcionales.
- **Productos pesqueros:** congelados, conservas, curados y frescos.
- **Manufacturas diversas:** envases y embalajes, proveedores a la minería / metalmeccánica, acabados para la construcción, línea eléctrica, equipamiento para la industria alimentaria, autopartes, cosméticos, productos maderables y otros.
- **Industria de la Vestimenta y Decoración:** confecciones de algodón, confecciones de alpaca y decoración.
- **Exportación de Servicios:** soluciones tecnológicas, servicios empresariales, servicios gráficos y editoriales y otros servicios.



**Ampliando la información:** La información del desempeño sectorial puede apreciarse en los diversos reportes del Portal oficial de las exportaciones peruanas (EXPORTEMOS):

| [Boletín de Inteligencia de Mercados](#) | [Estudios de mercado](#) | [Infografías](#) |  
| [Informe de las Exportaciones Peruanas por Sector](#) | [Logística para Exportar](#) |  
[PROMPERU Stat](#) | [Regulaciones por país para exportar](#) | [Finanzas para Comercio Exterior](#) | [Herramientas Logísticas](#) | [Ruta exportadora](#) | [Programa de Comercio Electrónico](#) | [Simulador Exportador](#) |

Es importante revisar el desenvolvimiento sectorial para así tener un marco del desempeño del producto a exportar.

### Características y bondades del producto

Para identificar las características y bondades del producto es necesario elaborar un esquema que muestre la reseña del producto y sus características principales. Asimismo, es importante detallar el proceso de elaboración del producto (proceso productivo).

- **Nombre del producto:** nombre con el que identificamos el producto.
- **Reseña del producto:** descripción breve del producto.
- **Características (técnicas) del producto:** descripción de las características del producto.
- **Proceso de elaboración:** actividades vinculadas que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio.
- **Beneficio o servicio central / utilidad / propiedades del producto:** definición del para qué sirve el producto y sus bondades.
- **Marca:** nombre relacionado con lo que es la empresa y/o el producto.
- **Empaque:** forma en la que el producto es presentado o comercializado.
- **Diseño:** aspecto físico del producto.

A través de este análisis se pueden identificar sus atributos y la diferenciación que marca frente a otros, lo cual servirá de base para determinar el posicionamiento deseado.



## Referencias bibliográficas

**BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)** (2017) Correlacionador Exportaciones No Tradicionales Por Sector Económico. Perú: BCRP (<http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/correlacionador-exportaciones-no-tradicionales-por-sector-economico.html>)

**BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP)** (2017) Cuadros Estadísticos. Perú: BCRP (<http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/nota-semanal/cuadros-estadisticos.html>)

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ)** (2017) Manual Planex: Plan de Negocio Exportador. Perú: PROMPERU (<https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstreams/80086b46-6136-4eea-8be7-272804ec926e/download>) (páginas 111 – 116)

**MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR)** (2013) El ABC del Comercio Exterior. Guía de capacidades gerenciales de comercio exterior. Volumen I. Perú: MINCETUR ([http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia\\_de\\_capacidades\\_gerenciales\\_w\\_r.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_de_capacidades_gerenciales_w_r.pdf)) (página 57)


## Sobre PROMPERÚ


La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:

- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.


## Contáctanos

 Plataforma de atención al exportador  
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](tel:+51990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:+516045601) | [604-5602](tel:+516045602)

 Correo electrónico: [exportaciones@promperu.gob.pe](mailto:exportaciones@promperu.gob.pe)

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

