

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO Y SERVICIO

Producto

Para realizar la descripción del Producto, es necesario una serie de conceptos básicos que el emprendedor debe tener claro. Desde un enfoque lingüístico, la Real Academia Española (2022), define a Producto como “una cosa producida”, implicando en su definición, como el resultado de una operación productiva; Para la Economía se define como “el resultado final de un proceso de producción, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor” (Alcaraz, R. 2006). Por tanto, desde el punto de vista Económico “un producto es todo aquello que se intercambia en el mercado, incluye todo aquello de lo cual se puede obtener un ingreso” (Quiroa M, 2020).

Desde un punto de vista del marketing, “Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.” (CEF,2022)

Los Productos pueden dividirse entre Bienes Industriales y Bienes de consumo:

Bienes industriales. Productos que se utilizan para producir otros bienes; algunos de ellos entran directamente en el

proceso productivo, como materia prima, producto semiterminado o componentes.

Bienes de consumo. Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o perecederos.

Servicio

Por otra parte, es necesario definir el concepto de servicio, donde según Kotler, Bloom y Hayes, lo definen de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico".

Incluso se pueden dividir en 2 ramas principales:

Servicios comerciales. Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones, etcétera.

Servicios profesionales. Algunos ejemplos son: administrativos, atención médica o dental, educativos, de asesoría, etcétera.

Mientras que los servicios poseen una serie de atributos que la EAE Business School (2022) lo describe como:

1. Intangibles. A diferencia de los productos, la mayoría de los servicios no se pueden experimentar ni consumir hasta que se realiza el contrato.

2. Inseparables. Los servicios son únicos porque generalmente se brindan y se consumen al mismo tiempo en la misma ubicación.

3. Efímeros. Los servicios, a menudo son perecederos, lo que significa que la capacidad no utilizada no se puede almacenar para su uso o venta en el futuro.

4. Variables. Por ejemplo, la calidad de un servicio puede variar según muchos factores, incluido quién lo proporciona, dónde se proporciona, cuándo se proporciona y cómo se proporciona. Cuanto más dependa un negocio de los seres humanos para proporcionar servicios, más susceptible será a la variabilidad.

Referencia:

Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de Éxito. Mc Graw Hill.

Directivos R. Empresas de servicios: características, tipos y ejemplos [Internet]. Retos Directivos - EAE Business School. 2020 [2022 Aug 24]. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/empresas-de-servicios-tipos-y-caracteristicas/>

Quiroa M. (2020) Producto. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>

Rae.es. [2022 Aug 24]. Recuperado de: <https://dle.rae.es/producto>

Promonegocios.net. (sf). Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

Concepto de producto (2008). Marketing-xxi.com. 2008. Recuperado de: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>