

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Según Iván Thompson en su artículo Conozca cuál es la definición de producto desde una perspectiva de marketing “*Un producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaque, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisiacas para vacacionar). y existe para: propósitos de intercambio, la satisfacción de necesidades/deseos o para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa)*”.

Un producto tiene varias “capas” o niveles y cada una aporta un valor distinto:

1. **Beneficio o producto básico.** Se refiere a la necesidad que el producto satisface, por ejemplo: comodidad, servicio, precio, seguridad, diversión, prestigio, etcétera.
2. **Producto real (“actual product”)** Nos referimos a las características reales del producto, por ejemplo: diseño, características físicas, calidad, marca, empaque, estilo, funcionalidad.
3. **Producto aumentado (“augmented product”)** En este nivel se contemplan aspectos como: servicios adicionales, garantías, soporte postventa, instalación, entrega, etcétera, que hacen al producto más valioso o competitivo.

Existen ciertos elementos que deben contemplarse al dar a conocer los productos, aunque no todos aplican para todos los tipos de producto. Algunos de estos son:

- **Marca (Branding):** nombre, identidad, percepción en el mercado.
- **Calidad:** nivel y consistencia de la calidad.
- **Diseño y estilo:** estética, funcionalidad, ergonomía.
- **Empaque (Packaging):** protección, presentación, mensajes que transmite, adaptación cultural.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

- **Variedades o versiones:** diferentes modelos, tamaños, características para distintos segmentos.
- **Garantías, servicios adicionales, soporte:** lo que acompaña al producto real.
- **Precio asociado al valor percibido.**
- **Normas, regulaciones, estándares:** cumplimiento legal, certificaciones, estándares de calidad. Especialmente relevante si se exporta o entra a mercados con normas estrictas.

Referencias:

Thompson, I. (s.f.) Definición de Producto. Páginas personales.

Recuperado de: <https://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>

Chad, Smriti. (s.f.) Los 4 componentes más importantes de un producto. Your article Library.

Recuperado de: <https://www.yourarticlerepository.com/products/4-most-important-component-of-a-product/22210>