

El Producto y su Diseño

Anteriormente hemos comprendido lo referente al mercado y sus consumidores, además de conocer cómo las empresas realizan segmentos para poder destinar los productos con características específicas para cada uno de los nichos de mercado, y además hemos visto cómo hay variables que influyen a la hora de realizar cierta compra; factores referenciales como la familia, el trabajo o hasta un simple comentario influyen en la acción de compra.

PRODUCTOS

Se define el producto como “Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2008).

Entendemos que los productos pueden ser bienes tangibles como un teléfono, o un televisor; pero también un servicio, un bien no tangible como el servicio que nos da un plomero, un mecánico, un dentista; como también denominamos producto a una idea. Por ejemplo: el servicio de jardinería que se hace cada 15 días en una escuela es tangible, es decir se puede percibir el trabajo, si ese trabajo no se realiza con ese periodo, es notable la falta del servicio.

Los productos ya sean tangibles o intangibles, se convierten en un bien para satisfacer nuestras necesidades, desde las más básicas como lo son el alimentarnos y vestir, hasta cubrir necesidades de bienes exclusivos como lo pueden ser un reloj muy costoso o un coche de lujo.

NIVELES DE PRODUCTOS

Al hablar de niveles de producto nos referimos a tres niveles que se tienen que considerar al momento de planear un producto o servicio para que su venta sea exitosa.

- Primer Nivel. Nos referimos al producto en su forma básica, una necesidad de adquirir un producto para satisfacer esa necesidad. Podemos poner como ejemplo la necesidad de obtener una computadora portátil, donde no conozco todas las marcas que existen en el mercado, no conozco sus características y mi necesidad de obtener una computadora portátil no me va a hacer comprar cualquier computadora.

El Producto y su Diseño

- Segundo Nivel. Es el producto real o lo que los consumidores esperan obtener, aquí ya podemos estar hablando de alguna marca en específico, la capacidad que quiero en mi computadora, tamaño, programas, y todos los atributos que busco en una computadora portátil. Es en este nivel en donde voy a considerar todo eso.
- Tercer Nivel. Se agrupa todo lo que el consumidor no esperaba recibir, como por ejemplo, puede ser una garantía más amplia que la que me ofrecen otras marcas de computadoras portátiles, puede ser soporte técnico, tiempo de entrega, capacitación, si me regalan un maletín; en fin, son muchas las cuestiones que una marca me puede ofrecer y otras no, y puede ser en este punto donde los consumidores nos sentimos importantes para la marca, que podemos ser leales y cuando busquemos adquirir otros productos puede que sin pensarlo recurramos a esta marca que nos da más. Es por esto que la persona o personas que planean los productos deben crear un producto aumentado a la par del producto básico y real, para de esta manera ofrecer a los consumidores algo extra que los sorprenda. (Kotler & Armstrong, 2008)

CLASIFICACIONES DE PRODUCTO

Los productos se dividen en dos clases: de consumo e industriales; esta clasificación se da por el consumidor que los adquiere y el uso que le dará.

Productos de consumo

Los productos de consumo son aquellos que el consumidor adquiere para su uso personal. Existen diferentes tipos de productos de consumo:

- Bienes de conveniencia: Son los llamados productos de uso “común” o los que con mayor frecuencia utilizas y que requieren un mínimo esfuerzo de poder de decisión. Como ejemplo de productos de conveniencia podemos citar: botanas, dulces, shampoo, pan, refrescos, etc. O también los que surgen por una “emergencia” como en una inundación o una nevada.
- Productos de comparación: Un producto tangible donde el mismo consumidor busca factores como la calidad, precio y en algunos de ellas varias opciones de compra. Un ejemplo de este tipo de productos son la ropa de marca, electrodomésticos, televisiones, etc.

El Producto y su Diseño

- **Productos de especialidad:** Productos que tienen características “únicas” y que tienen identificaciones de marca, donde el consumidor está dispuesto a realizar la compra. Son productos exclusivos que no todas las personas pueden adquirir por su precio alto y porque son productos que no se encuentran a nuestro alcance ya que su distribución es limitada y exclusiva. Ejemplos de este tipo de productos pueden ser: Coches de importación, ropa de diseñador, equipos tecnológicos costosos, entre otros.
- **Productos no buscados:** Los productos no buscados son aquellos de los cuales el consumidor no tiene conocimiento, sino hasta el momento en que los ve en alguna publicidad o alguien le habló de ellos. Son productos de los cuales no se habla mucho, por ejemplo, un servicio funerario, un seguro de vida, y otros que como estos no estamos tan frecuentemente en contacto con ellos. (subido por Lulu Grande, 2012)

Productos industriales

Son los que se adquieren para usarse en un negocio o para transformarlos y hacer otro producto. Pero un producto puede ser de consumo o industrial, esto dependerá del uso que se le dé. Por ejemplo, se puede comprar una lavadora para usarse en casa, pero también se puede comprar una lavadora para usarse en un negocio de lavandería, es aquí donde el uso cambiaría de consumo a industrial.

Existen tres tipos de productos industriales son:

- **Materiales y componentes.** Dentro de esta clasificación entran las materias primas agrícolas como lo son granos, verduras, frutas, etc. Y las naturales como madera, minerales y pescado. Los materiales y componentes manufacturados pueden ser los materiales para construcción como cemento y hierro, las piezas y componentes como neumáticos y motores también entran en esta clasificación. En este tipo de productos el precio y el servicio son lo más importante al realizar la compra.
- **Bienes de capital.** Son los productos que ayudan en la producción u operación que hará el consumidor. En esta clasificación entran las compras de edificios; equipo fijo como sistemas grandes de cómputo; equipo accesorio como lo son herramientas de mano; equipo de oficinas como teléfonos, computadoras y mobiliario. El tiempo de vida útil de estos productos no es tan largo.
- **Insumos y servicios.** Los insumos son los lubricantes, papel, materiales de oficina como lápices, etc. También dentro de esta clasificación están los artículos de mantenimiento y reparación como pintura, clavos, trapeadores, trapos, etc. Los

El Producto y su Diseño

servicios industriales como limpieza, mantenimiento de equipos, servicios de asesoría legal, administrativa, de ventas, etc. Esta clase de servicios normalmente se hacen bajo un contrato. (Kotler & Armstrong, 2008)

REFERENCIA:

Fundamentos de Mercadotecnia, 8va edición, (Kotler & Armstrong, 2008) México
Subido por Grande, Lulu. (2012, marzo). Clasificación de los productos. Recuperado 20 de noviembre de 2014,
a partir de <http://www.slideshare.net/okilulu/clasificacin-de-los-productos>