



¿Qué es un producto?

Diversos autores definen un producto como:

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (Stanton, Etzel y Walker).

“El producto es la oferta con que una compañía satisface una necesidad” (Jerome McCarthy y William Perrault).

“Un producto es cualquier objeto que es ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor” (desde el marketing).

“Producto es todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones); la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad” (Ricardo Romero).

De las definiciones expuestas se puede concluir que el producto es el componente básico del proceso de intercambio. Que puede ser tangible, algo físico (bien), ejemplo: un automóvil, un lavarropas, un alimento, etc. o intangible (no material) cuando se trata de un servicio, ejemplo: se contrata a un profesional quien brinda un producto en forma de conocimientos.

Por ejemplo: una computadora y un módem son bienes; la conexión a Internet es un servicio.

Los productos (bienes y servicios) se pueden clasificar en:

1. Bienes no durables (toallas de papel, jabón de baño, etc.).
2. Bienes durables (computadora, cocina, lavadora, etc.).
3. Servicios (atención médica, asistencia profesional, etc.).

Además, dependiendo del propósito por el que se compran los productos, éstos se clasifican en productos de consumo o productos industriales.

Los productos de consumo se compran para satisfacer necesidades personales y domésticas.

Los productos industriales se compran para utilizarse en la producción de otros productos de consumo o industriales.