

Proyecto Tecnológico

El producto

3.1.1.2.- El Producto

El producto es un bien o servicio que se elabora o produce para ofrecerlo en el mercado para su uso o consumo con el objeto de satisfacer necesidades.

En caso de ser necesario el producto debe ir acompañado de servicios adicionales como plazo de entrega, servicio de mantenimiento, servicio de instalación, servicio de reparación, instrucciones para su uso. Se debe indicar las necesidades que cubre, los factores diferenciadores de la competencia la forma de presentación, envases, embalaje, etc.]

[Por lo tanto el producto no es sólo lo que uno ve, sino que también es lo que significa para quien lo compra. De allí que se puede decir que el *producto* es la suma del *producto formal* más el *producto informal*.

Producto = *Producto formal* + *producto informal*

Producto formal: Está constituido por el bien económico en sí mismo. Este tiene una determinada forma, tamaño, calidad, etc.

Producto informal: Indica lo que representa para quien lo compra, e incluye los servicios adicionales que ofrece como instalación, servicios, créditos, etc.]

Los clientes potenciales estarán afectados por los gustos, por la moda, por sus ingresos y por el precio de otros bienes sustitutivos del que vamos a ofrecer.

Una vez seleccionado el producto o servicio se debe hacer una descripción muy clara del mismo, de tal forma que permita hacer comparaciones con otros productos o servicios similares que se ofrecen en el mismo mercado. Asimismo se deben tratar de resaltar las características distintivas del producto para inclinar las preferencias de la clientela hacia él.

La descripción debe incluir el detalle de los materiales utilizados para la elaboración del producto o la prestación del servicio, indicando en qué forma el empleo de esos materiales en la producción o en la prestación pueden influir en la decisión de la clientela, como así también indicar cuáles son las necesidades que va a satisfacer.

3.1.1.2.1.- Clasificación del producto en función de su tangibilidad

Del concepto podemos deducir que de acuerdo con su tangibilidad el producto puede ser:

a) Un bien material: Se obtiene a partir de la transformación de materias primas, o en el caso de tratarse de una empresa comercial se adquiere para venderlo en el mismo estado que se compró o modificando su packaging.

b) Un servicio: Ejecutar acciones por mandato de otra persona.

En ambos casos, sea que vamos a producir un bien o servicio, es conveniente efectuar una prueba piloto.

Si vamos a fabricar bienes es conveniente comenzar por elaborar unos ejemplares analizando su diseño, aspecto, precio, imagen y verificando que cumple la función para la que se elaboró.

Si vamos a prestar un servicio es conveniente realizar la prestación a algunas personas del entorno cercano a los microemprendedores para verificar la eficiencia de la prestación, detectar fallas y, en su caso, solucionarlas.

3.1.1.2.2.- Condiciones mínimas que debe reunir el producto

Debemos recordar que los clientes potenciales al tomar la decisión de adquirir nuestro producto estará evaluando:

La Calidad: Esto es, las características que el producto posee para satisfacer necesidades e incluso para superar sus expectativas.

La apariencia: Una buena presentación aumenta el atractivo hacia nuestro producto, y en consecuencia, las posibilidades de venderlo. Aunque el producto cumpla perfectamente su función, es más fácil venderlo si va acompañado de una buena presentación.

La función: Es decir si realmente cumple el cometido para el cual fue elaborado o producido.

El precio: Es sumamente importante que el precio del producto o servicio que vamos a vender esté adecuado al de la competencia.

La Imagen: La presentación del producto será determinante a la hora de venderlo. El empaque debe ser capaz de proteger y bueno para atraer a los clientes.

La modalidad de venta: La venta es el medio que une al productor, directa o indirectamente con el consumidor o usuario. La modalidad es la forma de hacerla. Existen varias formas de efectuar una venta: telefónica, directa, puerta a puerta, por Internet, a través de distribuidores, etc.

La Marca y el logotipo: Es la identificación que tendrá el producto en el mercado y que sirve para diferenciar nuestro producto de los demás.

A veces el nombre de la empresa coincide con el del bien o servicio que produce, otras veces el nombre del producto es fruto de la combinación del nombre del/los empresarios y de la función del bien o servicio que se produce, otras veces es simplemente un nombre de fantasía.

Cualquiera sea la marca que hemos elegido debemos tener en cuenta que si bien representa un costo para la empresa, también cumple varias finalidades importantes por ejemplo:

- Ayuda a mantener la fidelidad de la clientela
- Facilita la identificación
- Facilita el control contra las imitaciones
- Simplifica el sistema de comercialización

Por lo tanto, debemos tener en cuenta que la marca y logotipo deben reunir al menos las siguientes condiciones:

- Que el diseño sea simple y que llame la atención
- Que contenga pocos colores (el número de colores encarece los costos de publicidad gráfica).
- Que describa el producto o servicio y el nombre de la microempresa.

Si es necesario hay que considerar la posibilidad de patentar el producto y la marca para evitar que alguien copie la idea y se incorpore al mercado con el mismo producto.

3.1.1.2.3.- El Ciclo de Vida del Producto

La prolongación de la vida de la microempresa en el tiempo dependerá de la prolongación de la vida de todos y cada uno de los bienes o servicios que produce y comercializa. Por ello es conveniente prolongar el tiempo de rentabilidad de cada uno de los productos o servicios que vamos a vender.

Los productos tienen un ciclo de vida compuesto por las siguientes etapas:

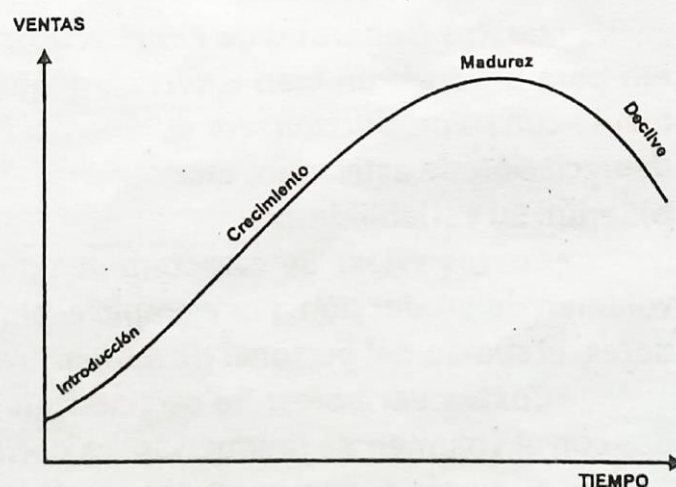
- *Introducción lanzamiento:* Es como el nacimiento del producto. En esta etapa se produce la presentación del producto en el mercado. Se debe hacer publicidad para dar a conocer las bondades del nuevo producto en el mercado.

- *Crecimiento:* El producto comienza a ser adquirido por los clientes. En consecuencia el producto comienza a introducirse en el mercado que va dejando de ser potencial para convertirse en mercado real.

- *Madurez:* En esta etapa el producto está completamente incorporado al mercado y se ha logrado el mejor nivel de ventas.

- *Antigüedad o saturación:* En esta etapa se estancan o comienzan a disminuir las ventas. La demanda ha comenzado a bajar y hay que comenzar a buscar soluciones.

- *Muerte u obsolescencia:* En esta etapa el producto ya no tiene aceptación por parte de los clientes, porque se considera viejo, antiguo o pasado de moda.



La longitud del ciclo de vida de cada producto y de cada etapa en particular, depende de las características de ese producto. Así, por ejemplo hay productos con ciclos de vida prolongados como los artículos de librería, y hay productos que rápidamente se vuelven “antiguos” porque han sido superados tecnológicamente como son los productos informáticos.]

La microempresa debe tener en cuenta que cuando su producto comienza a transitar la etapa de la saturación, es decir, cuando no tenga demanda, deberá pensar en la diversificación.] Para ello deberán comenzar a buscar una nueva idea de producto. El campo de las ideas nunca se cierra porque la evolución del hombre hace que con el paso del tiempo las necesidades humanas cambian o se transforman y esos cambios posibilitarán el desarrollo de nuevas ideas de productos para satisfacer esas nuevas necesidades.

Actividad

- a) Leer detenida y comprensivamente el texto, de ser necesario marque y busque las palabras desconocidas.
- b) Suponiendo que la idea que seleccionó cada uno en la clase pasada se llevaría a cabo, definir:
La calidad: (con que materiales o que maquinarias van a usar para que salga de la calidad que desean)
La apariencia: (como lo presentan)
La función: (que necesidad pretenden satisfacer)
El precio: (teniendo en cuenta el precio de la competencia y si no tienen competencia que criterios usarían para determinar este precio)
La imagen: (con que embalaje van a entregar su producto o servicio)
La modalidad de venta: (como harán para que el cliente vea su producto)
La marca y el logotipo: (lo tendrán que imaginar y realizar teniendo en cuenta las características expuestas por el texto)

Bibliografía:

Valsecchi, P.; Vadillo, J. & Echaide, M. *La microempresa en el aula*. Argentina: Aula Empresarial