


Bloque II

ESTRATEGIA DE PRODUCTO DE CONSUMO

Bloque 2

II: Estrategia de producto de consumo

A. PRESENTACIÓN

¿Sabes qué son los productos y cómo los puedes clasificar?



http://www.youtube.com/watch?v=n_4llzWpCFk

Los productos de consumo son los bienes que se pueden adquirir con la finalidad de satisfacer las necesidades personales, los cuales se clasifican con base en distintos aspectos, como la durabilidad, el grupo al que pertenecen y el giro. A lo largo de este segundo bloque podrás entender la clasificación de dichos productos y los productos de consumo.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudiante diferenciará los distintos tipos de productos y productos de consumo con la finalidad de obtener los conocimientos precisos y poder hacer una estrategia de producto de consumo.

C. TEMA, SUBTEMAS Y LECTURAS

A continuación se presentan diversas lecturas las cuales te ayudarán a comprender, identificar y analizar los temas referentes a este bloque.

¿Qué es un producto?

II.1 Concepto y definición de producto

Un producto es todo objeto que tiene la finalidad de satisfacer alguna necesidad, el cual se puede usar o consumir, los hay físicos, de servicio o a través de organizaciones.

La siguiente lectura te servirá para entender lo que es un producto, de igual forma te ayudará a introducirte en los temas que se verán a lo largo del bloque

1. s/a, (2004) Producto y marketing, *Elergonomista*.

¿Sabes cómo se clasifican los productos?

II.2. Clasificación de productos

Los productos pueden clasificarse de distintas formas y resaltando características en común como la durabilidad, especialidad de negocio etc.

A continuación se te presenta una descripción de cada una de las clasificaciones que se le puede dar a los productos.

2. s/a, (s/f). Clasificación de los productos, *ITESCAM*.

¿Cómo se dividen los productos de consumo?

II.3 Productos de consumo

Los productos de consumo se clasifican mediante la variable de los hábitos de compra, de esta forma encontramos los bienes de convivencia, de compra, de especialidad y bienes no buscados.

En la siguiente lectura hallarás la explicación a cada una de las clasificaciones arriba mencionadas.

3. s/a, (2010). Clasificación de los bienes de consumo, *Cocktail Marketing*.



D. GLOSARIO

Término	Significado
Productos de consumo	Están destinados al consumo personal en los hogares.
Productos de negocios	La intención de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.
Productos según su duración y tangibilidad	Este tipo de productos está clasificado según la cantidad de usos que se le da al producto, el tiempo que dura y si se trata de un bien tangible o un servicio intangible
Materias Primas	Los bienes de negocios que se convierten en parte de otro producto tangible antes de ser procesados en cualquier otra forma (excepto si son necesarios para ayudar en el manejo del producto) se consideran materias primas y comprenden: 1) Bienes que se encuentran en su estado natural, como minerales, suelos y productos del bosque y del mar. 2) Productos agrícolas, como el algodón, las frutas, el ganado, y productos animales, entre ellos los huevos y la leche cruda
Bienes de consumo no duraderos	Son aquellos que, siendo tangibles, suelen consumirse rápidamente: cerveza o jabón
Bienes de consumo duraderos	Son tangibles y generalmente pueden usarse muchas veces: frigoríficos, herramientas mecánicas y ropa
Servicios	Son intangibles, inseparables, variables y perecederos. En consecuencia, suelen exigir un mayor control de calidad, credibilidad por parte del proveedor y adaptación a las preferencias de los consumidores. Dos ejemplo: Un corte de cabello o un servicio de reparación del automóvil
Productos gancho	Estos productos no reditúan una ganancia considerable a la empresa, pero sirven para vender otros o para dar una imagen al consumidor de que la empresa cuenta con todo lo necesario
Productos de negocios	La intención de los productos de negocios es la reventa, su uso en la elaboración de otros productos o la provisión de servicios en una organización.

E. CONCLUSIÓN



Para tomar la decisión de introducir al mercado un determinado producto, se necesita conocer antes que nada cuales son los diferentes tipos de productos, ya que se debe distinguir quién los usará y cómo.

También se debe tener claro a qué tipo de producto pertenece, si es un bien de uso común, de comparación, de especialidad o denominado como no buscado.



F. PARA AMPLIAR EL TEMA

Las siguientes lecturas y videos te ayudarán a reforzar el aprendizaje conceptual de los temas revisados en este bloque, así como a ejemplificar los temas para una mayor comprensión:

- Pedroni, A. (2010). Productos de consumo, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=g2fMgEMFaTQ>
- s/a, (2008). Productos de consumo, obtenido de:
<http://www.pwc.com/mx/es/industrias/productos-consumo.jhtml>
- s/a, (s/f). Producto Clasificación y ciclo de vida de un producto, obtenido de:
<http://es.scribd.com/doc/3712702/Clasificacion-de-un-producto>



G. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Pedroni, A. (2010). Productos de consumo, *video de YouTube*, obtenido de:
<http://www.youtube.com/watch?v=g2fMqEMFaTQ>
- s/a, (2004) Producto y marketing, *Elergonomista*, obtenido de:
<http://www.elergonomista.com/marketing/mk38.html>
- s/a, (s/f). Clasificación de los productos, *ITESCAM*, obtenido de:
www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r38362.DOC.
- s/a, (2010). Clasificación de los bienes de consumo, *Cocktail Marketing*. Obtenido de:
<http://cocktailmarketing.com.mx/blog/2010/12/clasificacion-de-los-bienes-de-consumo/>
- s/a, (2008). Productos de consumo, obtenido de:
<http://www.pwc.com/mx/es/industrias/productos-consumo.jhtml>
- s/a, (s/f). Producto Clasificación y ciclo de vida de un producto, obtenido de:
<http://es.scribd.com/doc/3712702/Clasificacion-de-un-producto>