



## **Producto o servicio, El mercado & La producción**

### **2.Producto o servicio**

#### **2.1. Definición del producto o servicio**

Al explicar sus características debemos subrayar que la comercialización del mismo cubre una necesidad efectiva del mercado y que terminará materializándose en una demanda suficiente.

Habrà de atenderse tanto a las características físicas del producto como a las intangibles, entre las que cabe destacar la marca o la calidad.

Además es importante ofrecer una imagen ampliada del producto, en la que se definan no sólo sus características, sino también definir su utilidad, explicar su modo de funcionamiento, resaltar los aspectos innovadores y las ventajas que éste pueda tener derivadas del servicio posventa, atención al cliente, etc. independientemente de que éste se pague por separado del producto, explicar en que se diferencia de los productos ya existentes en el mercado.

### **3. El mercado**

#### **3.1. La definición del mercado**

Se definirá cuál es el mercado objetivo atendiendo a aspectos geográficos, demográficos, socioeconómicos, aspectos específicos relacionados con el producto, etc. Así mismo se justificará el por qué hemos orientado nuestro producto a este tipo de mercado. Por último, se incluirán en la medida de lo posible una reflexión sobre la evolución futura que se espera del mercado.

#### **3.2. Clientes**

Tendremos que determinar qué conjunto de personas van a intervenir en el

consumo de nuestro producto, intentando definirlos lo más concretamente posible a través de sus gustos, hábitos, edades, sexo, nivel de renta, etc.

### **3.3. Características de la competencia**

Hay que estudiar con detalle cuáles son las empresas que aparecen en el mismo mercado y ofertan productos o servicios similares. Algunos aspectos que podría comentarse a este respecto se refieren a los siguientes:

- Principales competidores existentes.
- Sistema de producción seguido por la competencia.
- Estrategias seguidas por los competidores en materia de precios, distribución y comunicación.

## **4. La producción**

Para que la empresa pueda llevar a cabo eficientemente su actividad, será preciso definir y disponer de los medios técnicos y humanos que, debidamente coordinados generen un producto, bien físico o de prestación de servicio.

### **4.1. El aprovisionamiento**

Se hará referencia bajo este epígrafe a la política de compra señalando aspectos como:

- Principales proveedores con los que se cuenta.
- Condiciones de entrega.
- Condiciones de pago.
- Posibilidad de establecimiento de rappels o descuentos.

Además se señalarán los criterios de almacenamiento centrándose en puntos como:

- Adecuación de los almacenes, definiendo su capacidad, grado de mecanización, métodos de control de stocks...
- Periodo medio de almacenamiento de las materias primas.

- Problemas relativos a la obsolescencia, depreciaciones, etc.

También nos referiremos a las políticas de aprovisionamiento, definiendo el criterio para la realización de pedidos, los niveles medios de stock que se mantienen, etc.

En cuarto lugar, se atenderán a las características de las instalaciones productivas y de administración.

Por último, se relacionarán otras características técnicas relacionados con el producto y el proceso productivo que pueden ser de interés a la hora de delimitar el modelo de producción:

- Grado de diferenciación del producto.
- Precio final del producto.
- Existencia de problemas de estacionalidad.
- Homologaciones y controles de calidad superados por el producto.
- Flexibilidad de la producción ante aumentos de la demanda prevista.