



Universidad del Sureste

Escuela de Medicina

“EL PRODUCTO”

TALLER DEL EMPRENDEDOR

LIC:
GLADIS ADILENE HERNÁNDEZ LÓPEZ

PRESENTA:
Andrea Montserrat Sánchez López

MEDICINA HUMANA

7° SEMESTRE

OCTUBRE de 2022
Comitán de Domínguez, Chiapas



EL PRODUCTO

“Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad”.

CARACTERÍSTICAS



Será formado por diferentes atributos, englobables entre los tangibles y los intangibles que lo caracterizan y le dan personalidad

TIPOS DE PRODUCTOS



Productos de consumo: se distingue entre productos de consumo duradero y de consumo destructivo (no duradero)

Productos industriales

CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO



a) fase de puesta a punto (O); b) la fase de lanzamiento (I); c) la fase de desarrollo (II); d) la fase de madurez (III); e) la fase de decadencia (IV)

LA GESTIÓN DEL PRODUCTO



Los productos tienen un proceso vital como el de los seres humanos: nacen, crecen, a veces se reproducen y mueren. Esto es lo que se denomina ciclo de vida de un producto

EL PRODUCTO

LA GESTIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS



Se debe contemplar: 1) la cartera de productos: conjunto de líneas de productos comercializados; 2) la línea de productos: conjunto de productos homogéneos; 3) la amplitud de cartera: número de líneas del producto; 4) la profundidad de dicha cartera: número de productos dentro de cada línea

INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN



Los productos lanzados al mercado deben cumplir la condición de poder satisfacer las necesidades de los clientes y debe ir acompañada de la puesta en marcha de otras variables que hagan de este lanzamiento un éxito

OBTENCIÓN DE IDEAS SOBRE NUEVOS PRODUCTOS



Canales: informales: Representados por los proveedores, clientes, empleados, etc. proporciona información directa y útil sobre la aceptación de nuestro producto

Canales formales: representados por estudios, informes y análisis nos revelan las tendencias de cada sector y los movimientos que se producen y se producirán en el medio y largo plazo

CALIDAD DEL PRODUCTO



Una de las causas principales de las variaciones coyunturales que hemos destacado es, sin duda, la evolución cualitativa del producto. Este, en efecto, no puede ser nunca igual al principio que al final de su carrera: se perfecciona constantemente para adaptarse a los deseos de los consumidores y a los progresos de la técnica

Bibliografía

Pérez, D. (2006). El producto. Concepto y desarrollo . *eoí Escuela de Negocios*, 04-33.