



Un **producto** es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor, y pueda satisfacer una necesidad.



Comprar





Un **bien** es un objeto físico, que, por tanto, es posible percibir por los sentidos. Puede destruirse por el consumo, por ejemplo, un alimento o una bebida; o puede ser duradero, como una casa o un automóvil.



Un **servicio** consiste en la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos, son intangibles y perecederos, no se pueden percibir por los sentidos y no se almacenan.

Una **idea** es un concepto, una filosofía, una opinión, una imagen; es intangible.



La **necesidad** es un estado interno de tensión que tiene lugar cuando no existe un equilibrio entre lo requerido y lo que se posee. Las necesidades están habitualmente vinculadas al estado físico del organismo.





La **demanda** es el deseo de adquirir un producto, pero con el agregado de que se debe tener la capacidad de adquirirlo (económica, de acceso, legal).



El **valor** es la relación que establece el cliente entre los beneficios (funcionales, estatus, etcétera) que percibe del producto que se ofrece y los costos (económicos, tiempo, esfuerzos) que representa adquirirlo.



El **grado de satisfacción** es el estado anímico de bienestar o decepción que se experimenta tras el uso de un bien.

Bibliografía

Fischer de la Vega, L., Espejo Callado, J. (2011). *Mercadotecnia*. McGraw Hill. Recuperado de la base de datos McGraw Hill. Disponible en <https://wdg.biblio.udg.mx/>

Créditos:

- Experto disciplinar: José Alberto Gómez Conde
- Asesor pedagógico: Oscar Eduardo Vargas Alcázar
- Revisión pedagógica: Araceli Martín Muñoz
- Corrección de estilo: Gustavo Larroyo
- Diseño del recurso: Ebert Enoc Guerra Torres
- Auditoría de formato y estilo: Ileana Martínez Castillo

Fecha de elaboración de este recurso: marzo de 2023

Fecha de actualización: marzo de 2023



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

