

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS - UNICAMP
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - IFCH
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E PLANEJAMENTO ECONÔMICO - DEPE
CENTRO TÉCNICO ECONÔMICO DE ASSESSORIA EMPRESARIAL – CTAE**

OS PRODUTOS BENS E SUAS RELAÇÕES COM A MERCADOLOGIA

Éolo Marques Pagnani

Material de leitura para uso exclusivo dos cursos do DEPE

M².6-7.74-300/4

INTRODUÇÃO

Os bens, produtos ou mercadorias são objeto de compra ou venda, dentro de um determinado mercado.

Existe uma variação bem grande de bens, que pelas suas características determinam formas mais adequadas e eficientes de comercialização. Dividiremos, para simplificação, esses bens em dois grandes grupos.

- Bens Industriais ou de Produção
- Bens de Consumo.

Esta classificação (simplificada ou sintética) leva em consideração o fim a que se destinam os bens:

1 - OS BENS INDUSTRIAIS OU DE PRODUÇÃO

São aqueles que se destinam à produção de outros bens ou à prestação de serviços. Exemplo: equipamentos, instalações, acessórios, veículos, matérias primas, materiais para manutenção e consertos, ferramentas, máquinas, etc...

2 - BENS DE CONSUMO

São aqueles bens destinados ao uso de Consumidores Finais caracterizando-se ainda por não estarem sujeitos a mais nenhum processo de transformação (produtos acabados).

Entretanto, pode haver confusão numa classificação simplista.

Por exemplo: uma máquina de escrever é um bem de consumo ou um bem de produção.

Os bens de Consumo são classificados como bens de consumo duráveis e não duráveis.

Os bens de consumo duráveis são aqueles que têm um ciclo de vida e uso, junto ao consumidor, durante um período razoável de tempo, não sendo consumidos ou sofrendo um desgaste imediato. Exs: automóveis, televisor, geladeira, etc...

Os bens de consumo não duráveis são os chamados de consumo imediato (ou de curta duração). Exs.: alimentos, roupas, calçados, etc..

Os bens de consumo são classificados em três grandes grupos. Esta classificação leva em conta a ótica do consumidor:

2.1. Bens de Consumo de Conveniência bens que o consumidor compra com freqüência, imediatamente, e com um mínimo dispêndio de recursos.

Suas características são:

- a) Durabilidade: normalmente bens não duráveis.
- b) Preço baixo: em geral são mais baixos seus preços, do que os bens de consumo duráveis e que os demais bens de consumo.
- c) Pequena margem bruta ou líquida por unidade de produto.
- d) Apresentam alto coeficiente de rotação, isto é, uma alta freqüência (e imediata) de reposição no ponto de venda.
- e) O consumidor é conhecedor das suas qualidades e usos
- f) São facilmente substituíveis: o que não implica em grande fidelidade a uma determinada Marca.
- g) Normalmente a propaganda deve se dirigir ao consumidor final.
- h) Conveniência: análise da conveniência do comprador, que pode ser, por exemplo: proximidade à moradia do comprador local de fácil acesso e transporte, ou proximidade de lugares, onde se vai freqüentemente.

2.2. Bens de Consumo de Comparação (ou de Escolha):

São bens de consumo que o cliente no processo de compra tem opções quanto à utilidade, qualidade, preço e estilo.

Esta classificação envolve os bens de consumo duráveis e não duráveis (ex.: automóveis, roupas, eletro-doméstico, utensílios domésticos, etc...).

Suas características são:

- a) Durabilidade : em que o comprador imputa critérios do ciclo de vida maior ou menor, conforme os usos e serviços prestados pelo produto.
 - b) Preços em geral mais elevados que os bens de conveniências
 - c) Margem (líquida ou bruta) maior que os bens de conveniência.
 - d) Rotação menor que os bens de conveniência, nos pontos de venda. A maior durabilidade e preços mais altos diminuem a freqüência de compra.
 - e) A substituição por outras Marcas difícil. O prestígio da Marca, adquire importância, e criando, pois, uma fidelidade maior à marca.
 - f) Em geral as despesas necessárias à propaganda são maiores que as despesas com os bens de consumo de conveniência.
- Por levar em consideração aspectos de qualidade desejo e distinção junto do consumidor, exigem qualificação e quantificação maior do setor de vendas (pessoal melhor preparado).
- Por exigirem melhor atendimento no que concerne a subsídio de garantia e assistência ao consumidor.

2.3. Bens de Consumo de Especialidades:

São bens pelos quais um número significativo de compradores tem preferência especial, e para cuja obtenção fará esforços especiais (tempo de procurar, recursos financeiros - preços, etc..)

Características:

- a) Marca cu origem fator de suma importância para o consumidor.
- b) Não são facilmente substituíveis em termos de satisfação obtida.

Exemplo: artigos de vestuário – sob medida – vinhos especiais, alimentos dietéticos etc.

Esta classificação entenda-se, é feita sob a ótica do consumidor (comprador) médio ou típico o qual, poderá inclusive ser conjugada com a classificação do produto pelo uso.

Ex.: bens de consumo de conveniência

bens de consumo duráveis de especialidade.