

LA PLANEACION Y EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

Por: HAROLD DE LA CRUZ

Economista Asesor del Programa de Asesoría - ASTIN

Unidad de Industria - Cali

II Parte

LANZAMIENTO DEL PRODUCTO

La etapa del lanzamiento del producto consta de varias subetapas que son:

- A. Veto del Mercado.
- B. Fabricación o Producción de Laboratorio.
- C. Protección Legal del Producto.

A. VETO DEL MERCADO

A pesar de haber efectuado rigurosos estudios de mercado referentes a un producto, nunca se está seguro del éxito que se obtendrá. Para evitar cometer errores lanzando masivamente un producto, éste debe ser sometido al "Veto del Mercado".

Esta circunstancia nos determinará si efectivamente el producto ha gustado al consumidor o no.

En algunas ocasiones, durante la investigación del producto, el consumidor potencial afirma su necesidad del producto, pero cuando lo tiene a disposición, no lo compra para el consumo. Sólo en la realidad podemos estar seguros de la aceptación del producto por parte del consumidor.

B. FABRICACION O PRODUCCION DE LABORATORIO

Para estar seguros del éxito alcanzado por un producto, debemos colocar en el mercado algunas unidades que nos indiquen el "Veto del Mercado".

Estas unidades se elaborarán por el sistema de "Producción de Laboratorio".

Este sistema consiste en subcontratar con uno o varios fabricantes la elaboración parcial o total del producto para evitar correr con inversiones no oportunas.

Si no se está seguro del éxito del producto, debemos evitar realizar grandes inversiones en equipos, materia prima, contratación de personal, alquiler de locales, etc. Es preferible utilizar fabricantes que posean los equipos necesarios y subcontratar la producción para el lanzamiento de prueba.

Si el lanzamiento del nuevo producto fracaza, las pérdidas irán de acuerdo con la inversión que se ha realizado.

C. PROTECCION DEL PRODUCTO

Con alguna anterioridad y simultáneamente se debe investigar sobre el producto que estamos desarrollando. Es necesario conocer si éste existe o no en el mercado. Si no ha sido fabricado por otra empresa del país, procedemos a legalizar nuestro nuevo producto.

En todos los países existen reglamentaciones con respecto a la protección legal de los nuevos productos.

Esta protección se da en cuatro (4) formas diferentes:

1. Patentes.
2. Registro de diseños industriales.
3. Registro de marcas.
4. Derechos de autor.

Cada una de estas modalidades tienen sus propias leyes que en general protegen al dueño ó autor de un invento (marca, diseño, etc.).

Es necesario proteger el nuevo producto porque otros fabricantes pueden copiarlo y beneficiarse de él sin haber corrido con los costos de su desarrollo.

Tan pronto se tiene lista la producción de laboratorio y se ha determinado el tipo de protección legal que se le dará, se procede a lanzarlo al mercado.

Los pasos necesarios para el lanzamiento son:

1. Sondeo previo entre intermediarios.
2. Sectores reducidos de mercado.
3. Ampliación paulatina del radio de acción.

4. Pasar a la fase de crecimiento.

1. Sondeo Previo Entre Intermediarios.

Consiste en tener en cuenta el concepto del distribuidor con respecto al producto. Es posible que el intermediario encuentre ajustes necesarios de tener en cuenta antes de correr el riesgo de someterlo al "Veto del Consumidor".

2. Sectores Reducidos de Mercado.

Corregidas las anomalías si las hay, se procede a encontrar un lugar (barrio, ciudad o departamento), donde se hará el lanzamiento. Se escoge el lugar teniendo en cuenta que los posibles consumidores no sean muy generosos en el consumo del mismo ni tampoco reacios a consumirlo, debe ser un lugar que nos sirva como base para tomar decisiones.

3. Ampliación Paulatina del Radio de Acción.

Si el sector inicial responde positivamente, procedemos a ampliar el radio de acción, es decir, lanzamos el producto a otros lugares para ampliar de esta forma el mercado.

4. Pasar a la Fase de Crecimiento.

Si esta tónica da buen resultado y el producto pega en el mercado, habremos pasado a la fase de crecimiento.

Si el producto no pega en el mercado, entonces se retira y las pérdidas se minimizan. Se debe tener muy en cuenta el riesgo que se corre al desprestigiar la marca de su fábrica en caso de un fracaso.

En el mismo instante en que se esta desarrollando el producto, se esta trabajando en el aspecto del envase o empaque.

En el próximo capítulo hablaremos de este elemento básico.

Los empresarios interesados en recibir asistencia técnica en este campo, solicitar información al SENA - PROGRAMA ASTIN. A.A. 8053 - Cali