

LA PLANEACION Y EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

Por : HAROLD DE LA CRUZ
Economista Asesor del Programa de Asesoría-ASTIN
Unidad de Industria - Cali

A. Introducción :

Uno de los interrogantes que constantemente se hacen los empresarios-pequeños, medianas y grandes empresas es ¿ Porqué no vendo mis productos con la misma intensidad como lo hacía hace algunos años ? ó también ¿Porqué vendo toda mi producción y mis utilidades son bajas o negativas ?

Las respuestas a estos interrogantes son variadas y van dirigidas en su mayoría a causas como la inflación, el aumento de impuestos, problemas sociales, etc. muy pocos, casi ninguno, le hecha la culpa de sus bajas ventas a la obsolescencia de sus productos y a la innovación.

¿Cómo puede competir un producto obsoleto con otro actualizado y mejorado ?
¿Cómo es posible que un producto con un diseño antiguo atraiga compradores nuevos ?

Según encuestas realizadas en un sector industrial, sus productos no habían sufrido modificación alguna desde hacía 20-25 años, es decir, tal como nacieron así se quedaron, lo que en un momento fué hermoso y útil se convirtió en algo antiestético y pasado de moda, en cambio en otras latitudes, otros países, esos mismos productos sufrieron cambios fundamentales tanto en su presentación como en su funcionalidad.

El problema que se plantea ahora es qué hacer ?

Se pueden presentar 2 tipos de soluciones, ambas con diferencias marcadas pero también con algunas semejanzas.

- I. Crear nuevos productos - Innovar
- II. Mejorar los productos existentes.

B. Creación de nuevos productos

Una de las llaves para sobrevivir en un negocio es la innovación. Esto significa crear cosas nuevas.

¿Cuál es el camino para la creación de productos nuevos ? Existen algunas técnicas para hallarlo y explicaremos las más utilizadas y por lo tanto las de mayores posibilidades de éxito.

1. Comité de Productos Nuevos

Si se trata de una empresa pequeña este Comité puede estar conformado por

el empresario y dos personas externas, perteneciendo una de ellas al área de Mercadeo o Ventas. Si es empresa grande, el Comité puede estar conformado por un representante de cada una de las áreas en que su organización esté dividida, por ejemplo : un representante de producción, uno del área contable, otro del área de mercadeo y ventas y otro del área de personal. La creación del Comité, tiene por objeto tener una representación completa de toda la empresa para que cada uno de ellos pueda participar aceptando o rechazando las ideas de nuevos productos.

2. Generación de Ideas

Conformado el Comité, éste se reúne con objeto de generar ideas sobre productos que la empresa podría fabricar o vender.- Se entiende por producto un bien o servicio que le sirve a la empresa para cumplir su objetivo económico. Generalmente de 100 ideas 80 son desechadas en segunda instancia, es decir, de 100 ideas generadas se dejan 20 después de hacerle a cada una de ellas un ligero análisis de probabilidades.

Esas 20 ideas que quedan son analizadas con más detalles, en términos de materias primas, mercado potencial, tecnología, etc. y se tamizan quedando unas 10-5 finalistas.

3. Pre-diseño y pre-prototipo

De las ideas finalistas se toma una o dos de las más viables y se procede a efectuarles un pre-diseño o dibujo a mano alzada; luego con materiales de desecho se procede a "fabricar" un pre-prototipo. En esta forma la idea toma un sentido tridimensional. Algunos productos que en la mente se ven posibles, en la realidad no se ven así.

4. Diseño y Prototipo

Los pre-prototipos se hacen y corrigen cuantas veces sea necesario. Cuando consideramos que hemos logrado el mejor, entonces construimos el prototipo usando los materiales con los cuales vamos a fabricar el producto. Ese prototipo nos origina un diseño para en base en él poder estandarizar la producción y calcular sus costos.

5. Prueba del Producto

El prototipo listo es sometido a las pruebas de trabajo. Se debe someter al trabajo normal que va a efectuar el producto en manos del consumidor, no debe efectuarse en ambientes artificiales, ni exageradamente fatigantes, debe ser en lo posible el trabajo normal.

En esta etapa el producto es corregido hasta lograr alcanzar las pruebas de calidad requeridas.

6. Lanzamiento

Estando listo el producto se procede a efectuar el lanzamiento al mercado.

(En Capítulos siguientes continuaremos con este artículo).